



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП

Економски факултет – Штип

Катерина Веловска

ПРИДОНЕСОТ НА КЛАСТЕРИТЕ ЗА ПОДИГНУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТНОСТА НА ГЛОБАЛНИОТ ПАЗАР

магистерски труд

Штип, 2013



УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП

Економски факултет – Штип

Катерина Веловска

ПРИДОНЕСОТ НА КЛАСТЕРИТЕ ЗА ПОДИГНУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТНОСТА НА ГЛОБАЛНИОТ ПАЗАР

магистерски труд

Штип, 2013

Комисија за оценка и одбрана

Претседател: Проф. д-р Ристо Фотов
Декан, редовен професор,
Економски факултет - Штип

Ментор/член: Проф. д-р Трајко Мицески
Редовен професор, Економски факултет - Штип

Член Доц. д-р Весна Георгиева - Свртимов
Доцент, Економски факултет - Штип

Посвета:

***На мојата Мајка, во знак на благодарност
за незината несебична поддршка во текот
на моето образование...***

ПРИДОНЕСОТ НА КЛАСТЕРИТЕ ЗА ПОДИГНУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТНОСТА НА ГЛОБАЛНИОТ ПАЗАР

Овој магистерски труд е направен со цел да ја анализира улогата на кластерите во функција на зголемување на конкурентноста на националните економии преку придвижување на иновативноста, а со цел зголемена продуктивност на производите и услугите, како на домашен, така и на меѓународен пазар во услови на глобализација на светското стопанство. Поимите кластер и кластерско здружување станаа особено популарни во средината на деведесеттите години со развојот на глобализацијата. Нациите и регионите водат борба да останат конкурентни и да се приспособат во услови на глобализација. Регионалната специјализација што се градеше со децении, брзо се трансформира. Повеќето региони што историски беа производни центри, изгубија поради конкуренција од региони со ниски трошоци, па мораа да ги преориентираат своите активности кон производи со повисока додадена вредност и области со високи перформанси за истражување и развој. Клучна улога при воспоставување кластери имаат четири фактори, и тоа: процес на обликување на поврзувањето, избор на облик, реализација на поврзувањето и користа што ја имаат претпријатијата. Важна карактеристика на водечките пазарни стопанства е поврзување на претпријатијата во кластери, што резултира со мрежа од заемно корисни врски за размена на идеи, информации, воведување нови технологии, истражување и развој, стекнување нови менаџерски вештини и способности, освојување нови пазари. Менаџментот на кластерот претставува континуирана активност со циклична природа, во функција на постигнување на јасно дефинираните цели. Кластерската политика е област што динамично се развива. Институционалната помош на малите и средните претпријатија во Европската унија се повеќе се насочува преку кластерите. Националните влади креираат политики, програми и мерки за поддршка на кластерите, организираат промоција и обуки за подигнување на свеста за кластерингот и за надградување на менаџерските способности, Република Македонија ги следи овие трендови. Кластерскиот приод е ориентиран кон луѓето и базиран врз унапредување на претприемаштвото и поттикнување на иновативноста. Иновацијата е клуч за зголемување на конкурентноста и растот на претпријатијата. Кон тоа е насочено и истражувањето на компаниите членки на кластерските здруженија, во функција на мерење на нивниот иновативен капацитет.

Клучни зборови: кластери, кластерски политики и програми, глобализација, конкурентност, иновација, менаџмент на кластер

CONTRIBUTION OF THE CLUSTERS TO INCREASING THE COMPETITIVENESS IN THE GLOBAL MARKET

This Master's Thesis examines the role of the clusters in increasing the competitiveness of national economies by stimulating innovation, with the objective of increased productivity of products and services, both in the domestic and international markets in conditions of globalization of the world economy. The notions of cluster and cluster organization/ association became especially popular in the mid-1990s, with the progress of globalization. Nations and regions endeavor to remain competitive and adapt to the conditions of globalization. Regional specialization, developed throughout the decades, has been rapidly transformed. Most of the regions that traditionally represented production hubs, have lost their advantage due to the competition from regions with low costs of production and they had to re-orient their activities to products with higher added value and fields with high performances for research and development. Four factors have a key role in establishing clusters: the process of determining the form of the association, selection of a form, realization of the association and the benefit for the companies. Important feature of the leading market economies is the association of the enterprises in clusters, which results in a network of mutually useful links for exchange of ideas, information, introduction of new technologies, research and development, acquiring new managerial skills and qualifications and conquering new markets. Cluster management is a continuous activity of a cyclic nature, aimed at achievement of clearly defined objectives. Cluster policy is an area that is developing at an intensive pace. The institutional assistance to the small and medium enterprises in the European Union has been increasingly provided through the clusters. National governments create policies, programs and measures for support of the clusters, organize promotion and training for raising the awareness about clustering and improving managerial capabilities. The Republic of Macedonia is following these trends. The cluster approach is people - oriented and based on entrepreneurship promotion and innovation stimulation. The innovation is a key to increasing the competitiveness and growth of the enterprises. That is the focus of the study of the companies – members of the cluster organizations/associations which is directed towards measuring their innovation capacity.

Key words: clusters, cluster policies and programs, globalizations, competitiveness, innovation, cluster management.

СОДРЖИНА

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| ВОВЕД..... | 4 |
| ПРВ ДЕЛ: КЛАСТЕРИ, КЛАСТЕРСКИ ПОЛИТИКИ И ПРОГРАМИ | 6 |
| 1.1. Што се кластери и зошто би требало да се поддржат | 6 |
| 1.1.1. Конкурентноста и глобализацијата | 10 |
| 1.1.2. Кластерите и конкурентските предности | 20 |
| 1.1.3. Фази на развој и животен циклус на кластерите | 22 |
| 1.1.3.1. Фази на обликување на локални претприемачки кластери..... | 20 |
| 1.1.3.2. Претприемачките кластери односно гроздови во теоријата на системите..... | 27 |
| 1.2. Важноста на кластерските политики и програми..... | 30 |
| 1.2.1. Индустриската политика и конкурентноста | 31 |
| 1.2.2. ЕУ-политики за кластеринг | 42 |
| 1.2.2.1. Национални политики за гроздење во рамките на Европа и Европската унија | 47 |
| 1.2.2.2. Регионални политики и програми..... | 49 |
| 1.2.3. Искуства во спроведување на кластерските политики во ЕУ и регионот... | 50 |
| 1.2.4. Развој на кластерингот во Република Македонија..... | 53 |
| 1.2.4.1. Анализа на степенот на зрелост на постојните деловни гроздови | 55 |
| 1.2.5. Мапирање на кластерски иницијативи во Република Македонија | 50 |
| ВТОР ДЕЛ: УНАПРЕДУВАЊЕ НА КЛАСТЕРСКАТА СТРУКТУРА И ПОЛИТИКА. 59 | |
| 2.1. Унапредување на кластерската инфраструктура низ политики | 59 |
| 2.1.1. Двигатели во процесот на кластеринг | 60 |
| 2.1.2. ЕУ- институции за поддршка на кластерингот..... | 64 |
| 2.1.3. Изврсност во менаџментот на кластерите | 67 |
| 2.1.4. Придвигување од вмрежувач кон бизнис-интегратор..... | 69 |
| 2.1.5. Развој на стратегија на кластерот и анализи на вредносниот синџир | 70 |
| 2.1.6. Развој на иновативни алатки и иновации во бизнис-мрежата | 73 |
| 2.1.7. Комуницирање и брендирање на кластерот..... | 75 |
| 2.2. Евалуација на кластерските политики и програми во Република Македонија | 70 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.2.1. Дефинирање на индикатори за мерење на успешноста на кластерските здруженија..... | 78 |
| 2.2.2. Дефинирање на услови и тело за акредитирање на кластерите..... | 87 |
| 2.2.3. Евалуација на кластерските политики и програми во Република Македонија | 90 |
| 2.2.4. Евалуација на кластерските здруженија во Република Македонија..... | 93 |
| 2.2.4.1. Активности и достигнувања на постојните кластери | 94 |
| 2.2.4.2. Анализа на степенот на зрелост на постојните кластери | 90 |
| 2.2.4.3. Проблеми и области на заостанување на кластерингот во Македонија | 97 |
| 2.3. Иновациска политика на кластерите..... | 100 |
| 2.3.1. Иновациска политика во рамките на ЕУ | 103 |
| 2.3.2. Дефинирање на индикатори за иновативност..... | 100 |
| 2.3.3. Мерење на иновативниот потенцијал на кластерите во Република Македонија..... | 109 |
| ТРЕТ ДЕЛ: ПОДИГНУВАЊЕ НА КЛАСТЕРСКА КОНКУРЕНТНОСТ НА ГЛОБАЛНИОТ ПАЗАР | 111 |
| 3.1. Конкурентност во услови на глобализација | 111 |
| 3.1.1. Економија на знаењето и значењето на интелектуалниот капитал..... | 112 |
| 3.1.2. Поврзување на претпријатијата и стратегиски сојузничтва | 115 |
| 3.1.3. Либерализација на пазарите | 118 |
| 3.1.4. Развој на нови стопанства | 119 |
| 3.2. Претприемачки водени претпријатија | 121 |
| 3.2.1. Новите претпријатија и технолошката диверзификација | 125 |
| 3.2.2. Меѓупретпријатиски мрежи | 127 |
| 3.2.3. Индустриска средина: специјализација и создавање нови производствени сектори | 129 |
| ЧЕТВРТ ДЕЛ: ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ..... | 132 |
| 4.1. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ | 132 |
| 4.1.1. Методологија на емпириското истражување | 132 |
| 4.1.2. Хипотетичка рамка на емпириското истражување..... | 133 |
| 4.1.3. Користени методи при емпириското истражување | 136 |
| 4.1.4. Обработка и анализа на собраните информации | 137 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.5. Резултати, констатации, коментари и препораки по спроведеното истражување | 153 |
| ПЕТТИ ДЕЛ: СОГЛЕДУВАЊА И ПРЕПОРАКИ ЗА РАЗВИВАЊЕ И УНАПРЕДУВАЊЕ НА ПОВРЗУВАЊАТА НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВО КЛАСТЕРИ | 155 |
| 5.1. Оптимален модел на кластеринг во Република Македонија | 155 |
| 5.1.1. Потребата за моделирање | 157 |
| 5.1.2. Мапирање на макрониво..... | 159 |
| 5.2. Микромодел на функционирачки деловен грозд..... | 162 |
| ЗАКЛУЧОК | 168 |
| ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРА (REFERENCES)..... | 172 |

ВОВЕД

Овој магистерски труд овозможува поуспешно разбирање на улогата на кластерите за подобрување на конкурентноста, преку унапредување на продуктивноста, иновативноста и поттикнување за формирање нови бизниси, кои во своето деловно работење ќе применуваат софистицирани методи и технологија и на тој начин ќе креираат производи со високо додадена вредност, кои ќе бидат конкурентни не само на локалниот, националниот, туку и на глобалниот пазар. Во овој труд се потенцира дека поврзувањето на производството, науката и образованието денес е неопходен услов за зголемување на конкурентноста. Без учество на голем број институции, научноистражувачки центри, без организирана поддршка од страна на локалните власти и државата, практично е невозможно да се освојуваат нови пазари, нови технологии и да се отвораат нови работни места. Националните економии водат борба да останат конкурентни и да се приспособат кон предизвиците од глобализацијата. Одговорот на јавниот сектор и зголеменото внимание кон важноста од поврзувањето на фирмите, луѓето и знаењето на регионално ниво, се патоказ како регионите да се направат повеќе иновативни и конкурентни. Овој нов приод е видлив низ многубројни различни политики и области. Еволуцијата во регионалните политики, науката и технологијата и индустриската политика се фокусирани на покривање на целите за поддршка на овие врски на регионално ниво. Во изнаоѓањето начини за поддршка, националните влади се изложени на серија важни одлуки. Дали јавниот сектор треба да поддржи специфични кластери или, едноставно, да се фокусира на создавање рамковни услови и иновативна околина генерално? Дали ресурсите треба да бидат распространети низ поголем број кластери или да се концентрираат само на неколку делокализирани индустрии, или во култивирање сектори со стратегиска важност во поглед на технологии?

Претставени се клучните промени на светската стопанска средина, како и променетата улога на индустриската политика. Дадени се неколку главни

карактеристики на индустриските средини (региони), а покрај тоа, објаснети се и причините за појава на агломерации со појавата на растечката глобализација на светските стопанства. Во овој контекст е вклучена и анализата на регионалната иновациска динамика и клучните елементи што овозможуваат брзо вградување на новите технолошки откритија во производствените процеси на претпријатијата и брз развој на новите производства, со кои претпријатијата ќе можат да бидат конкурентни на глобалните пазари. Посебен акцент е даден на развојот на кластерските иницијативи во Република Македонија, како и мапирање на потенцијалните кластери. Овој труд ни ги претставува пристапите на различните држави кон поттикнувањето на развојот на кластерите. Објаснети се институциите во ЕУ за поддршка на кластерингот и потребата од менаџирање на кластерките здруженија. Претставени се главните нивоа на менаџмент на кластерот: дефинирање, дизајнирање, имплементација, мониторинг, евалуација и ревизија. Трудот ги опишува условите за поттикнување на иновативноста на кластерите, бидејќи иновацијата има централна улога во решавањето на најважните денешни општествени предизвици, како што се климатските промени, безбедните енергии, ефикасноста во искористување на ресурсите и демографските промени. Определени се индикатори за мерење на иновативниот капацитет на кластерите и врз основа на тие индикатори, спроведено е емпириско истражување на компаниите-членки на кластерските здруженија во Република Македонија.

Вмрежувањето во кластери станува неопходност за економски развој, па токму во овој труд се нагласува потребата од запознавање на сите заинтересирани страни за придобивките што ги имаат претпријатијата кои дејствуваат во кластерите. Придонесот на трудот се состои во дадените препораки до надлежните институции и сите засегнати страни при креирање мерки, политики низ среднорочни и годишни програми за поддршка на кластерите, како и можностите за развој на сопствени иновациски капацитети, процеси и стратегии на македонските компании како темел за успешно и долгорочно дејствување.

ПРВ ДЕЛ: КЛАСТЕРИ, КЛАСТЕРСКИ ПОЛИТИКИ И ПРОГРАМИ

1.1. Што се кластери и зошто би требало да се поддржат

И покрај тоа што експертите што се занимаваат со кластерите и кластерските политики тешко можат да го проценат бројот на кластерските иницијативи во светот, сосема е сигурно дека кластерскиот приод е присутен речиси во сите региони и држави каде што се преземаат иницијативи за регионален економски развој.

Кластерскиот приод е еден од приодите на кој му се посветува најголемо внимание во поглед на економскиот развој во однос на искористувањето на ресурсите на најсоодветен начин. Кластерските иницијативи сè повеќе се фокусирани врз нематеријалното богатство отколку врз физичката инфраструктура. Најчесто се однесуваат на кршење на конвенционалните мудрости и поттикнување стратески промени преку проекти за соработка, кои во себе содржат економија од обем и честопати се споделувани од групи компании во имплементирање решенија и анализирање на стратеските предизвици.

Кластерите се неформални групи независни компании и релевантни институции од државната управа и образовниот систем, кои заедно соработуваат со цел унапредување на конкурентноста на нивната дејност. Тие во себе ги поврзуваат претпријатијата од сите нивоа на синџирот на вредности, а ги привлекуваат и оние од споредните услужни дејности, како што се: консултанти, финансиски институции, маркетинг-агенции, шпедитери. Теоретската рамка за кластерите, како и практичните примери изложени во трудот, упатуваат на тоа дека кластерите имаат клучно влијание за унапредување на иновативноста и конкурентноста на фирмите во дејноста, формирање на потребните вештини и знаења кај работната сила, брзо ширење на информации меѓу фирмите за нови технологии, пазари и други можности, како и развој на стимулативна деловна клима во земјата.

Важно е да се потенцира дека кластерите се неформални и неструктурирани, а со својата организација и спроведување на планираните активности се потпираат на институциите за соработка, како трговските асоцијации и комори, научноистражувачки институти и други. Успешните кластери се карактеризираат со високо ниво на меѓусебна доверба меѓу членовите и заедничка соработка за остварување на заедничката визија. Кластерите влијаат врз подобрување на конкурентноста на националните економии преку придвижување на иновативноста, а со цел зголемена продуктивност во насока на подобар настап на светските пазари. Во стремежот за постигнување одржлив економски развој, нациите ја унапредуваат својата конкурентност преку создавање поволни услови за развој на приватниот сектор. Тоа подразбира активности за унапредување на деловната клима, формирање стимулативна законска рамка, зголемување на ефикасноста на администрација и правниот систем, изградба на транспортна, енергетска и комуникациска инфраструктура, елиминирање на корупцијата и градење образовен систем што ги задоволува барањата за образован кадар. Но, индивидуалните перформанси на фирмите, всушност, се главниот двигател на националната конкурентност. Фирмите во земјите во развој, како што е Македонија, мора да применуваат софистицирана деловна стратегија што се стреми кон зголемување на додадената вредност, проширување нагоре по синџирот на вредности, па сè до директниот маркетинг и таргетирање на специјализирани пазарни сегменти. Тие воедно мора да инвестираат во напредни технологии и едукација и мотивација на кадарот што ќе доведе до зголемена иновативност и ефикасност во работењето.

Постоењето ефективни кластери со голем проток на информации значително влијае врз индивидуалната софистицираност на фирмите, на микроекономското опкружување и на привлекувањето странски директни инвестиции, со што значително придонесува за унапредување на националната конкурентност. Кластерите преземаат иницијативи за истражување, вмрежување, размена на информации, лобирање за промена на политики, меѓусебна деловна соработка, приспособување на образовниот систем и генерирање на потребните

вештини и знаења, стимулирање иновации и воведување нови технологии и проширување на кластерот со раст на постојните и формирање нови фирми.

Поимите кластер и кластерско здружување станаа особено популарни во средината на деведесеттите години. Тие не претставуваат некое радикално ново размислување, но нивната употреба беше поттикната од истражувањата на професорот Мајкл Портер¹ од Факултетот за бизнис при Универзитетот Харвард. Тој ја пласираше следнава дефиниција, која е денес нашироко прифатена:

Кластерите се географски групации на меѓусебно поврзани фирми и институции во одредена област што произведуваат сродна група производи и услуги. Кластерите опфаќаат цела низа поврзани индустрии и други субјекти кои се важни за нивната конкурентност. Тие ги содржат снабдувачите на специјализирани влезни фактори, како што се сировини, машини, услуги и инфраструктура. Кластерите често се прошируваат вертикално до дистрибутивните канали и крајните купувачи, и хоризонтално до производителите на комплементарни производи, или, пак, компании од сродни индустрии со кои ги поврзуваат потребните вештини кај работната сила, технологијата или сличните влезни фактори. Конечно, многу кластери во себе содржат и владини и други институции, како што се универзитети, истражувачки центри, институции за техничко образование и професионални здруженија, кои нудат специјализирна обука, образование, информации, анализа и техничка поддршка.

¹ Porter Michael E.: Competitive Advantage of Nations, New York: Free Press, 1998, p.78



Слика 1. Актери во процесот на кластери²

Кластерскиот приод не е само поефикасен и достапен за заедниците со скудни ресурси, туку повеќе одржлив на долг рок.

Притоа, се поставува прашањето - зошто е така?

Основно, поради тоа што се гради на постојните богатства и вештини, промовирајќи повеќе ендеген развој отколку привлекување надворешни ресурси. Тие, евентуално, може да се појават дополнително, како резултат на атрактивноста на кластерот.

Дополнително, најголем број од кластерите растат низ серии на „spin off“, т.е. брзорастечки операции, што подразбира дека кластерскиот приод е ориентиран кон луѓето и базиран врз унапредување на претприемаштвото, кое се јавува како богатство што е фундаментално за развој и просперитет на секое општество.

² Orjan Solvell, 2009: Balancing Evolutionary and Constructive Forces

Конечно, развојот на кластерските иницијативи промовира култура на соработка и стимулира креирање надворешни врски со локални и надворешни експерти, честопати подалеку од класичните граници на одреден бизнис или територија. Поголема и појака мрежа понекогаш може да се претвори во клучна конкурентска предност, особено во турбулентни времиња низ кои минуваме моментално.

1.1.1. Конкурентноста и глобализацијата

Глобализацијата на светското стопанство недвосмислено претставува една од најважните карактеристики на стопанскиот развој во изминатите децении. Нејзините влијанија се гледаат во променетиот начин во структурата на работењето, менувањето и значењето на одделните фактори на развојот, како оние што го поттикнуваат, така и оние што го ограничуваат развојот. Основа на глобализацијата е технолошкиот развој, а особено развојот на информациската и комуникациската технологија, чие влијание е видливо како на стопански план, така и во поширокото општество.

Нациите и регионите водат борба да останат конкурентни и да се приспособат во услови на глобализација. Регионалната специјализација што се градеше со децении, брзо се трансформира. Повеќето региони што историски беа производни центри, изгубија поради конкуренцијата од региони со ниски трошоци, па мораа да ги преориентираат своите активности кон производи со повисока додадена вредност, непроизводни дејности и области со високи перформанси за истражување и развој.

Одговорот на јавниот сектор и зголеменото внимание кон важноста од поврзување на фирмите, луѓето и знаењето на регионално ниво се патоказ како регионите да се направат повеќе иновативни и конкурентни. Овој нов приод е видлив низ голем број различни политики и области. Еволуцијата во регионалните политики, науката и технологијата и индустриската политика се фокусирани на покривање на целите за поддршка на овие врски на регионално ниво. Еден од

двигателите за постигнување на овие цели, кој вообичаено се користи за постигнување на целите, е поддршката на кластерите (концентрација на фирми и поддржувачки актери) во одделни региони. Примери на вакви програми има во целиот свет: во Франција, Јапонија, Финска, Шпанија итн.

Во изнаоѓањето на начини за поддршка, националните влади се изложени на серија важни одлуки, и тоа:

Дали јавниот сектор треба да поддржи специфични кластери, или едноставно да се фокусира на создавање рамковни услови и иновативна околина генерално?

Дали ресурсите треба да бидат распространети низ поголем број на кластери, или да се концентрираат само на неколку делокализирани индустрии, или во култивирање на сектори со стратедиска важност во поглед на технологии?

Меѓу многубројните сили, кои се причина за глобализација на стопанската активност, разни автори наведуваат цела низа фактори.³ Така, на пример, Енрихт⁴ го нагласува развојот на глобалните финансии и финансиски пазари, ширењето на знаењето со подобрените комуникации, широката распространетост и употребата на технологијата, активната експанзија на повеќенационалните здруженија, децентрализацијата на стопанската активност во рамките на претпријатијата и меѓу нив, избришаната националност кај повеќенационалните здруженија, развојот на глобалните олигополи, намалувањето на пречките на трговските и инвестициските текови, зголеменото значење на наднационалните организации, на пример, на Европската унија, како и создавањето регии и регионални идентитети што ги надминуваат политичките граници.

Поради сè поинтензивната глобализација, сè повеќе се доведува во прашање улогата на националните држави во глобалната економија. Охмае, на

³ Eustace (2000), на пример, го споменува развојот на информациските и комуникациските технологии, како и инвестициите на подрачја важни за конкурентноста на претпријатијата. Европската комисија (1998) го изложува технолошкиот развој и развојот на информациското општество, претприемачките фактори (издвојување на помалку важните активности, селене на производството), развој на меѓународните финансиски пазари, нови облици на меѓународна соработка на претпријатијата и институционалните фактори, како, на пример, либерализација на пазарите.

⁴ Enright Michael J.: Globalization, regionalization, and the knowledge-based economy in Hong Kong. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 381-382

пример, се прашува за стопанската смисла на арбитрарно и историски случајно определените граници на националните држави во светот, во кои стопанските граници забрзано исчезнуваат. Неговата теза е дека во глобалната економија постојат замислените „природни деловни единици“, кои ги определуваат четирите фактори, и тоа:

- **инвестициите**, кои повеќе не се географски ограничени, бидејќи пазарите на капитал развиле механизми што овозможуваат проток на капиталот преку националните граници на подрачја каде што се појавуваат соодветни инвестициски можности;
- **индустријата** (производството) е ориентирана повеќе глобално отколку што тоа беше случај во минатото, бидејќи повеќенационалните корпорации ги обликуваат своите стратегии врз основа на желбите и потребите за да ги снабдуваат привлечните пазари и да црпат стопански извори за својата дејност, без оглед на нивната географска локација;⁵
- **информациската технологија** многу ја олесни мобилноста на инвестициите и производството, бидејќи им овозможи на претпријатијата да дејствуваат на разни делови од светот, а притоа да не мораат да изградат целосен систем во секоја од државите во која се присутни;
- **индивидуалните потрошувачи** поради подобриот пристап до информациите, исто така се постојано повеќе глобално ориентирани и ги бараат најдобрите производи по најпристапни цени, без оглед на нивното потекло⁶.

Споменатите промени значат намалување на улогата на националната држава и воспоставување единици, кои Охмае ги нарекува „регионални држави“. Тие дури и во целост можат да се создадат внатре во националните граници или, пак, да ги надминат, бидејќи се дефинирани според големината и опсегот што одговараат на природните стопански единици во глобалната економија.

⁵ Западните корпорации, на пример, ги преселуваат своите активности во државите на Далечниот Исток, т.е. во Кина и Индија.

⁶ Ohmae Kenichi: The end of the nation state and the rise of regional economies, London: HarperCollinsPublishers, 1995, стр 2

Последица на глобализацијата исто така е и растечката мобилност на производствените фактори: капиталот, трудот, производите и технологиите, но и покрај тоа, останува фактот дека некои стопанства (регионални или национални) брзо напредуваат и се развиваат, а други заостануваат. Иако се очекува дека поголемата мобилност на производствените фактори, луѓе, стоки и услуги ќе предизвика намалување на стопанските и развојните разлики меѓу државите, со глобализацијата не дојде до тоа. Која е причината за тоа што некои држави, односно региони побрзо се развиваат и се приспособуваат кон новите услови на работење со што придонесуваат за развој и употреба на новите технологии, претставува речиси едно од клучните прашања на што се обидуваат да одговорат аналитичарите. Така, на пример, Одреч предупредува дека пазарите на производи и услуги, всушност, постојано стануваат повеќе глобални, иако растечкото значење на иновациските активности во развиените држави придонесува за повторно заживување на значењето на регионите како клучен извор на споредбени предности⁷.

Значењето на регионалните стопанства станува сè поважно при определувањето на стопанскиот развој, бидејќи конкурентските предности на водечките индустриски држави во глобалната економија се засноваат врз знаењето и на иновативноста, чие ширење, пред сè, претставува локална појава⁸.

Променетите услови на работење влијаат врз индустриската организација во потесна и во поширока смисла, значи, и на ниво на претпријатие, каде што се работи за приспособување на организациските структури внатре во претпријатието, како и на ниво на сектор, каде што се работи за меѓупретприемачки односи. Услов за долгорочен стопански раст е воспоставувањето динамична структура, која е способна да ги следи брзите промени и технолошкиот развој, односно во тој процес активно да соработува.

⁷ Audretsch David: Agglomeration and the location of innovative activity. Oxford Review of economic policy, Oxvord, 14 (1998), стр 77

⁸ Audretsch David: Agglomeration and the location of innovative activity. Oxford Review of economic policy, Oxvord, 14 (1998), стр 26

1.1.2. Кластерите и конкурентските предности

Важна карактеристика на водечките пазарни стопанства е воведувањето различни облици на меѓуорганизациска соработка, која ги дополнува и во некои случаи и ги заменува хиерархиските облици на водење на посебните и јавните институции. Врските се воспоставуваат како од внатре во претпријатијата, така и меѓу претпријатијата, на пример: меѓу претпријатието и неговите снабдувачи, конкуренти или купувачи. Исто така, може да се работи и за поврзување на претпријатието со јавна институција или, пак, поврзување меѓу јавни институции⁹.

Вклученоста на одредено претпријатие во регионалната средина станува сè поважно и поради растечката глобализација на стопанските процеси, што се гледа во намаленото значење на националните граници. За да можат ефикасно да конкурираат на пазарите со своите финални производи, претпријатијата треба да се поврзани со други претпријатија на пазарите на стока, што придонесува за зголемување на мобилноста на реализираните средства, кои се резултат од минатите инвестиции на претпријатието¹⁰. Поврзувањето и меѓупретпријатиските мрежи се важен извор на иновативност, а особено за малите и средните претпријатија, на кои соработката со другите претпријатија и организации им овозможува пристап до специфични стручни знаења, поделба на ризикот и трошоците¹¹. Податоците од ОЕЦД покажуваат дека иновациите постојано многу повеќе зависат од соработката меѓу претпријатијата и нестопанските институции. Степенот на истражување и развој што го изведувале образовните и владините институции, а го финансирал стопанскиот сектор, во државите на ОЕЦД растел. Во 1998 г. стопанскиот сектор во просек финансирал 6,1% од истражувачките високообразовни и 4,1% од истражувачките владини институции, а претпријатијата

⁹ Dunning John H., Regions, globalization, and the knowledge economy: The issues stated. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр. 10-11

¹⁰ Gray Peter H., Dunning John H., Towards a theory of regional policy. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр. 409

¹¹ Park Sam Ock: Innovation Systems, Networks, and the knowledge – based economy in Korea. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр. 330

со склучени договори за соработка со високообразовни или владини институции, пак, вработувале околу 10% од сите вработени.¹²

Со глобализацијата расте и значењето на меѓународните стратегиски поврзувања од различен облик: спогодби за заедничко производство, пазар, истражувања и развој, заеднички продажни и дистрибуциски мрежи и слично. Во 1990-тите години бројот на меѓународните стратегиски поврзувања и здружувања, како и преземања многу пораснал – според светски мерила за петпати се зголемила вредноста на работите (OECD, 2001)¹³. Од 1990 до 1999 г. меѓународните стратегиски поврзувања претставувале повеќе од 60% од сите поврзувања на подрачјето на државите на ОЕЦД, а во помалите држави, на пример во Луксембург, Белгија, Исланд и Австрија, пак, дури преку 90% од сите поврзувања. Што се однесува на ограничениот стопански простор во рамките на нивните државни граници тоа е дури и разбирливо. Додека учеството на стратегиските поврзувања во традиционалните подрачја, како што се производството, продажбата и истражувањата и развојот се намалило, учеството на стратегиските поврзувања на подрачјето на деловните услуги, пак, силно се зголемило.

Република Македонија многу заостанува во поглед на научнотехнолошката напредност во однос на развиените земји во светот. Истражувачко развојната дејност, која во осумдесеттите години беше издигната на ниво на приоритет, во периодот на транзиција беше маргинализирана. Издвојувањата за научноистражувачка работа паднаа дури на ниво од 0,18% од БДП, што е далеку под нивото на земјите од ОЕЦД, каде што надминува 2%. Но, значајно е да се потенцира дека бројот на истражувачкиот кадар претставува солиден потенцијал. Ниската поврзаност на истражувањето и развојот и научниот сектор со бизнис-секторот, е еден од клучните проблеми за стекнување нови знаења, подигнување на иновативното ниво и прифаќањето нови технологии.

¹² На промена во резултатот би можело да влијае и променетото прашање во анкетата за иновациската дејност. Види Котник, Мркаиќ, 2002, стр. 278.

¹³ OECD, 2001– Организација за економска соработка и развој (Organisation for Economic Co-operation and Development, annual report 2001).

Во Република Македонија треба да се оствари нагласена ориентираност кон функционалното поврзување на истражувачката и развојната работа со иновациските потреби на компаниите. Воедно, неопходно е да се зголеми бројот на истражувачко развојните центри во компаниите.

Со поврзувањето и со склучувањето стратегиски сојузништва, претпријатијата ја зачувуваат и ја јакнат конкурентската положба на пазарот, а во некои примери, пак, претпријатието со преземање на друго претпријатие ја зголемува својата пазарна моќ и придобива дополнителна економска рента.

1.1.3. Фази на развој и животен циклус на кластерите

Кластер е англиски термин, кој во превод значи грозд. Самиот поим кластер означува процес што подразбира собирање на нешта во група, односно во облик на грозд, што во економска смисла значи заедништво на државните, деловните или други субјекти што се стремат да остварат заеднички цели.

Развојот и обликувањето на деловните гроздови, т.е на кластерите, мораме да ги третираме како долгорочен процес, кој не може да се пропише и да се спроведува со дневната економска политика. Во развојот на кластерите, голема улога играат спонтаните реакции на претприемачите, кои се разликуваат во поглед на средината, културата, традицијата, потпорната средина и стопанските размери.

Политиката за развој на деловните гроздови мора на прво место да се темели врз поттикнување на претприемаштвото и нудење потпора за достигнување конкурентски предности на светскиот пазар.

Поттикнувањето на претприемаштвото како основа за развој на гроздовите мора да се темели врз:

- воспоставување ниски формални препреки за новите претпријатија,
- помош за пристап на пазарот (инфраструктура, помош при извоз, пристап до финансиски ресурси),
- пристап до нови знаења на локално ниво,

- остварување доверба во локалната средина¹⁴.

Соодветна индустриска политика, која плански поттикнува создавање и развој на гроздовите, е еден од факторите. Деловните гроздови, т.е кластерите во локалната средина, се развиваат исто така и поради други специфични околности¹⁵, како што се едноставниот пристап до сировини, климатските услови, близината на пазарот, случајност (приход на претприемачот, претпријатија со специјални знаења и барања) или востановување развојни установи.

Процесот на обликување на гроздовите бара вpletеност на целата локална средина (претпријатијата, јавната управа, потпорната околина), што подразбира директна комуникација меѓу луѓето и согласност на сите вклучени за клучните работи.

Истражувањето, кое било направено меѓу постојните шведски гроздови во 1997-2000 г., покажа на следните искуства при обликувањето и дејствувањето на гроздовите¹⁶:

- за успешна соработка меѓу претпријатијата во гроздот потребна е меѓусебна зависност на учесниците,
- соработката се гради врз меѓусебна доверба, за што е потребно многу време,
- гроздовите, кои се обликувани во неформален облик, имаат поголема можност за натамошно опстојување,
- ако се покаже потреба од формализација, подобро е прво да се обликува здружение, а подоцна, по потреба, и друштво,
- ако локалната средина го потпомага обликувањето на гроздовите, оваа потпора би требало да биде подолга од три години,

¹⁴ Bertini Silvano: Stimulating spontaneous development and clustering SMEs, (URL:<http://www.rrl.wvu.edu/VebBook/Bergman-Feser/chapter2/htm>), 16.02.2003, стр 8

¹⁵ Ifor-Fflowes Williams: Policy for Inter-firm Networking and Clustering, Cluster Navigators Ltd, Wellington, 2002, стр 11-13

¹⁶ Ragner A. Soderling: The dynamics of the firm-in search for a general model, School of business, Stockholm, 2002

- гроздовите, кои не се обликуваат спонтано со цел искористување на деловните услови, имаат помала веројатност да преживеат подолго време,
- поврзаните претпријатија мора да бидат економски доволно јаки ако не добиваат надворешни финансиски ресурси за финансирање на трошоците во наредниот период.

Истражувањето што го вршеше УНИДО¹⁷ низ различни проекти за обликување деловни гроздови во 11 држави, укажуваат на значајноста на некои активности во процесот на гроздење на претпријатијата. Четири подрачја се посебно изложени¹⁸:

- а) промоција на обликувањето на кластерот, односно гроздот,
- б) внатрешна реорганизација и приспособување на претпријатијата,
- в) подобрување на потпорната средина,
- г) подобрување на дијалогот меѓу приватниот и јавниот сектор.

а) Промоција на обликувањето на кластерот, односно гроздот

Кластерот може да се обликува и меѓу претприемачи, кои меѓусебно не се познаваат или немаат заеднички деловни искуства. Главен елемент при развојот на поврзувањето е воспоставувањето меѓусебна доверба низ процесот на учење што го води и го подобрува надворешен координатор, кој, пак, мора да е посебно оспособен. Процесот на целосното меѓусебно учење се појавува како емпириски процес. Претприемачите во постапката на остварување доверба обликуваат и играат одредени улоги, ги оценуваат и ги вреднуваат учесниците врз база на постигнатите резултати и на крајот повторно ги поделуваат улогите врз база на направената анализа. Во процесот исто така се покажуваат спремноста и способноста за соработка на секој учесник. Процесот се степенува, така што збирните часови изведени на налози од поголем обем се во согласност со зголемената доверба меѓу членовите на групата.

¹⁷ UNIDO – United Nations Industrial Development Organization – Организација на ОН за индустриски развој

¹⁸ Ceglie Giovanna, Dini Marco: SME Cluster and network development in developing countries, UNIDO, 1999, стр. 15-16

б) Внатрешна реорганизација и приспособување на претпријатијата

Поттикнувањето и обликувањето на заедничките конкурентски предности на гроздот ги тера претпријатијата кон приспособување на внатрешната организација и постапки на заеднички барања и стандарди. Приспособувањето е условено со специјализација на одделни претпријатија внатре во гроздот, пред сè, на подрачјето на квалитетот, роковите за производство и висината на трошоците, кои се договорени во рамките на гроздот¹⁹. Координаторот мора во процесот на приспособувањето да ја вклучи исто така и локалната потпорна средина, која со расположивите инструменти го олеснува преобразувањето на претпријатијата.

в) Подобрување на потпорната средина

Во програмата на УНИДО се вклучени два вида потпорни институции: институции што директно го изведуваат проектот и институции што го потпираат изведувањето на програмата на гроздењето. Во првата група, пред сè, се организации, институции, здруженија, кои се одговорни за припрема на стратегија за гроздење на државно ниво, идентификација на потенцијалните сектори или региони, промоција на политиката на поврзување, воспоставување координатори и управување со финансиските средства за поттикнување на гроздењето²⁰.

Во зачетната фаза на обликување на стратегија за гроздење и воспоставување на гроздовите, двата облици на потпорни институции дејствуваат заедно, подоцна, пак, е неопходна специјализација и поделба на обврските. Улогата на координаторот во тој период е онаа на гроздот да му овозможува потребен степен на апсорпција на потпорни услуги, кои ги нудат надворешни претпријатија.

г) Подобрување на дијалогот меѓу приватниот и јавниот сектор

Една од основните намени на стратегијата на гроздење и поврзување на претпријатијата е обликувањето и ширењето на дијалогот меѓу приватниот и

¹⁹ Ceglie Giovanna, Dini Marco: SME Cluster and network development in developing countries, UNIDO, 1999, стр 17

²⁰ Ceglie Giovanna, Dini Marco: SME Cluster and network development in developing countries, UNIDO, 1999, стр 17-18

јавниот сектор. Цел на таа соработка²¹ е промоција на свеста за потребата за обликување на заедничка индустриска политика и поттикнување на претприемаштвото.

1.1.3.1. Фази на обликување на локални претприемачки кластери

Во стручната литература може да се најдат различни методи што се употребуваат при обликување на кластерите, т.е деловните гроздови. Повеќето методи имаат одредени заеднички карактеристики и исто така опишаните фази во развојот на гроздот лесно се нотираат на одредено ниво. Фолкнер утврдува дека постапката на обликување на партнерство треба да се изведе на три подрачја - утврдување услови за соработка, одредување облик на поврзување и одредување постапка за поврзување²².

Некои автори го ограничија развојот на гроздот на 3 до 5 фази, а за практична употреба се посоодветни оние кај кои обликувањето и развојот на локалните деловни гроздови се опишани и претставени со повеќе фази. Портер го поделил развојот на постапката на обликување на гроздовите на повеќе фази, кои многу добро ја опишуваат постапката на обликување деловен грозд. Тие фази се²³:

- обликувањето на гроздот започнува со идентификација на поголемо претпријатие и институција или концентрација на претпријатија од иста дејност,
- следен чекор е преглед на претпријатија и институции, кои се во ист вредносен синџир нагоре и надолу (купувачи, снабдувачи),
- натамошен чекор претставува истражување на хоризонтални поврзувања со цел идентификација на комплементарни дејности и претпријатија,

²¹ Ceglie Giovanna, Dini Marco: SME Cluster and network development in developing countries, UNIDO, 1999, стр 18

²² Faulkner David et al.: Cooperative strategy, Oxford Univeristy press, New York, 2000, стр. 175

²³ Porter Michael E.: On Competition. Boston: Harvard Business Sholl Press, 1998, стр. 200

- кога е определена носечката дејност и претпријатијата во гроздот, мора да се побара кои установи и институции го опслужуваат гроздот со специјални знаења, технологии или информации,
- последен чекор во обликувањето е барање владина или државна установа што битно влијае врз членовите на гроздот.

Во повеќето примери обликувањето и водењето на гроздовите е процес што многу бара, фазите на развој, пак, се различни, бидејќи зависат од претпријатијата што учествуваат во гроздењето, поставените цели, околината (средината) во која се развива гроздот, прилична улога има и менаџментот на гроздот²⁴.

1.1.3.2. Претприемачките кластери, односно гроздови во теоријата на системите

Кластерите, односно гроздовите, по системската теорија ги вбројуваме меѓу живите отворени системи. За развојот на живите отворени системи важат одредени законитости, кои лесно ги пренесуваме на развојот на локалните деловни гроздови.

За отворените системи е значајно следново:

- промените во средината предизвикуваат потреба за приспособување,
- промените во системот се случуваат најпрво на поединечни делови на системот (поединци, одделенија, претпријатија), што постепено го променува целиот систем,
- во процесот на промена исто така се променува и структурата на системот,
- старата структура ѝ се спротивставува на новата структура низ сите фази на постапката на преобликување.

Врз овие значајности е граден описот на развојот на деловните гроздови, кој зафаќа три фази. Во првата фаза, која е позната како *фаза на обликување*²⁵, во

²⁴ European Commission, 2001, стр.10

²⁵ англ. Formative Phase

грозд се поврзуваат претпријатија (Слика 2.) што меѓусебно се надополнуваат (комплементарни), и обликуваат поврзувања, кои овозможуваат дејствување во крајниот период. Во таа фаза гроздот е како систем што е во конфликт со околината и е зависен од неа. Претпријатијата делат заедничка визија и се целно ориентирани. Поврзувањата се слаби, се обликуваат врз проектна основа, па сепак, се бараат можности за долгорочни поврзувања.

Во втората фаза, позната како нормативна фаза²⁶, во гроздот се обликуваат и се зацврстуваат врските, се гради меѓусебна доверба. Во оваа фаза излегуваат претпријатијата што не ги исполнуваат условите за долгорочна соработка.

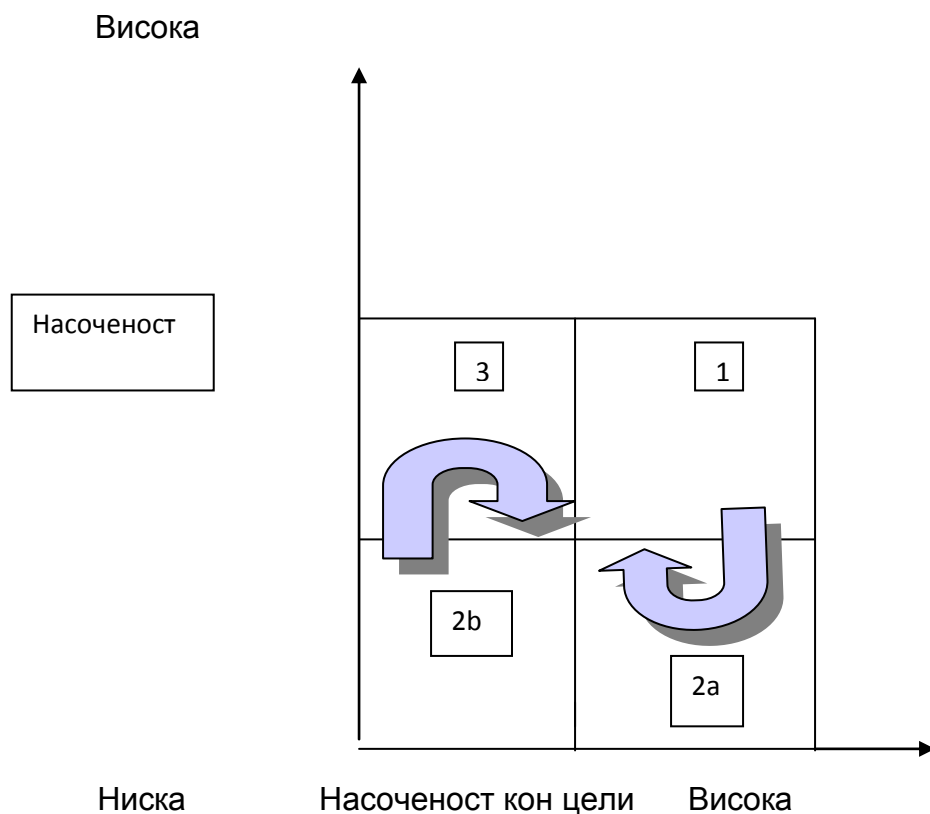
Во првиот дел (2a) по почетниот успех, претпријатијата бараат нови решенија за постигнување на целите. Се бараат примерни партнери на страната на снабдувачите или производните претпријатија, кои го надополнуваат синџирот на вредности во гроздот, но сепак, односите меѓу претпријатијата не се поклопуваат, така што сето внимание е насочено кон постигнување на целите. Гроздот зачнува стремеж кон оптимизација и ефикасност внатре во сопствената верига на вредности низ: стандардизација, специјализација, централизација, концентрација и синхронизација. Се појавуваат стремежи кон формализација на односите, со зголемување на опсегот на дејствување внатре во гроздот, па системот станува помалку еластичен и ефикасен.

Во вториот дел (2б) вниманието на претпријатијата во гроздот е насочено кон решавање на внатрешната ефикасност, а помалку на пазарот и производството. Постојната мрежа лесно се дели на помали делови (по подрачја: логистика, производство, развој), кои, пак, меѓусебно се хиерархиски поврзани. Се обликуваат нови правила на однесување, постои опасност од зголемено администрирање, што лесно може да доведе до криза.

Во третата фаза, т.е. во фазата на интеграција,²⁷ мора да се обликуваат нови поврзувања, водењето мора да биде насочено кон слушање на гласот на претпремачите, советување и мотивирање, да се бараат нови услови и решенија.

²⁶ англ. Normative Phase

²⁷ англ. Integrative Phase



Слика. 2. Матрица на развојните фази на гроздот според Рагнер²⁸

Насоченоста кон односите значи насоченост кон воспоставување односи со новите претпријатија на нови подрачја.

Во последната фаза гроздот е како систем интегриран во средината, со која соработува при барање можности и воспоставување нови поврзувања. Внатре во гроздот се појавуваат разлики, така што некои претпријатија не мора да ги следат промените и поради тоа отпаѓаат од системот. Во последниот дел од третата фаза гроздот мора да се преобликува, да постави нови цели и облици (форми) на соработка. Во спротивен случај, престанува да дејствува бидејќи претпријатијата не гледаат предности од заедничкото дејствување.

²⁸ Ragner A. Soderling: The dynamics of the firm-in search for a general model, School of business, Stockholm, 2002

1.2. Важноста на кластерските политики и програми

Кластерската политика е област што динамично се развива, каде што јасноста на концептуалната дискусија не е секогаш во чекор со напорите во практиката.

Додека во модерната економија постои растечки консензус за улогата на кластерите, дискусиите за работната теорија за кластерските политики допрва треба да се развијат.

Отсуството на консензус за полезноста на кластерските политики во голем степен е последица на конфузијата, на што, всушност, се однесува кластерската политика. Ако кластерската политика е разбрана како средство за вештачка промена на природата на економската географија, тогаш постојат многу концепциски и практични аргументи против нејзиното користење.

Ако, пак, се гледа на кластерската политика како на начин за придвижување на постојните агломерации како платформа за соработка за зголемување на кластерската динамика и како поефективен канал за испорака на економските политики, тогаш таа има голем потенцијал.

Дали кластерската политика може да ги исполни овие потенцијали или не, станува збор само за дебата дека премногу често се води паралелна дискусија на различни истражувачки традиции на кои им недостасува комуникација. Тоа, исто така, зависи од начинот на кој се имплементираат кластерските политики во практика. Секој кластерски приод што вклучува специфични индустриски мерки и е фокусиран на зголемување на соработката во рамките на индустријата, е изложен на опасноста да стане плашт за интервенциите што ќе ја редуцираат конкурентноста наместо да дозволат конкурентност на повисоко ниво на продуктивност. За да се избегне оваа судбина, кластерските политики треба да се придружени со робусни институции и пазарен амбиент што се стреми кон натпревар.

1.2.1. Индустриската политика и конкурентноста

Успешноста и стопанскиот раст на поединечните регионални и национални стопанства се заснова врз успешноста и растот на претпријатијата во тоа стопанство. Иновативните динамични претпријатија претставуваат двигател на напредокот и на технолошкиот развој и го претставуваат оној дел од стопанството што научните откритија и иновации ги преобликуваат во производи и услуги со употребна вредност и како последица на тоа, во добивка.

Дејствувањето на државата и нејзините политичари при обезбедувањето на општата благосостојба во услови на современа конкуренција е насочено кон обезбедување услови во деловната средина кои му овозможуваат на претпријатието да постигнува задоволителна приспособливост, иновативност и ефикасност.

Меѓу традиционалните инструменти на политиката со кои владите можат да ја подобрат меѓународната конкурентност на стопанството, спаѓаат начините за усогласување на надворешно-трговската политика, противмонополската политика и вистинското насочување на паричните средства во специфичните претпријатија и сектори²⁹. Со преминот од ценовна конкуренција кон конкуренција на производите, како и со растечката глобализација, традиционалната протекционистичка политика го загуби своето значење, додека активната индустриска политика, пак, е насочена кон развојно поттикнување на стопанството, развој на информациските и комуникациските мрежи и кон подобрување на конкурентската положба на претпријатијата на меѓународните пазари.

Улогата на индустриската политика беше важно прашање и во транзициските држави при преминот од централно планско кон пазарно стопанство. Меѓу многубројните политичари и економски стручњаци, во почетните фази на транзицијата преовладуваше мислењето дека реструктурирањето на реалниот сектор, кое би се одразило во повисок стопански раст и меѓународна

²⁹ Jaklich Marko: Strate ko usmerjanje gospodarstva. Ljubljana: Znanstveno in publicistichno sredishce, 1994, стр 25

конкурентност, би ги поттикнало макроекономската стабилизација, мотивот на приход и пазарната конкурентност³⁰. Затоа, во првиот период во тие држави преовладувал неолибералниот пристап, кој ја поддржува пасивната улога на државата на микрониво. Тоа ја ограничува на креирање законодавство за заштита на сопственоста и пазарната размена, додека, пак, стопанскиот развој го остава сосема во доменот на претпријатијата и нивната способност на искористување на пазарните услови. Подоцна, повеќето постсоцијалистички држави го презедоа пристапот на поправање на нецелосното дејствување на пазарот, кој се базира врз неокласичното поимање на индустриската политика. Тој е инструмент за обезбедување (зголемување) на меѓународната конкурентност со противмонополска политика, регулација и либерализација на трговијата³¹. Со корективни мерки на државата би се подобрила техничката и алокативната ефикасност, а со тоа, реструктурирањето на реалниот сектор.

Спротивно од статичниот пристап на отстранување на слабостите на пазарот, стратегискиот пристап кон индустриската политика е проактивен, насочен кон зголемување на производствената ефикасност, поттикнување на институционалните промени и создавање средина што им овозможува на претпријатијата навремен одзив на пазарните услови. Пристапот тргнува од сознанието дека алокацијата на изворите зависи и од стратегиските системи на менаџментот и мрежното поврзување и ја подвлекува потребата од партнерство меѓу јавниот и приватниот сектор при обликувањето на стратегиските насоки на индустриската политика³².

Клучен проблем на транзициските држави, покрај застарената инфраструктура и производствените капацитети, беше и недостигот од менаџерско, технолошко и организациско знаење, што го ограничуваше

³⁰ Petrin Tea, Dmitrovich Tanja: Is industrial policy appropriate for countries in transition? Case of Slovenia. Third international conference on enterprise in transition. Sibenik, 1999, Sibenik: Univerza v Splitu, Ekonomska fakultete, 1999, стр 3

³¹ Petrin Tea, Dmitrovich Tanja: Is industrial policy appropriate for countries in transition? Case of Slovenia. Third international conference on enterprise in transition. Sibenik, 1999, Sibenik: Univerza v Splitu, Ekonomska fakultete, 1999, стр 3

³² Petrin Tea: Industrial policy supporting economic transition in Central Eastern Europe, Washington DC: Economic Development Institute, The World Bank, 1995, стр 5

преструктурирањето на реалниот сектор. Мерките и програмите на проактивната индустриска политика токму затоа го поттикнуваат влегувањето на клучните знаења во стопанството сè дотогаш додека тоа не биде способно само да создаде такви знаења. Стратегиски насочената и динамичната индустриска политика мора на претпријатијата да им овозможи, односно да им го олесни пристапот до специфичните знаења, кои се основа за успешно реагирање на пазарните предизвици. Клучните подрачја на дејствување вклучуваат програми за зголемување на конкурентноста, за поттикнување на претприемаштвото и конкурентноста на малите и средните претпријатија, за поттикнување на соработката и поврзувањето, потпора за снижувањето на неефикасноста на претпријатијата и дејностите, трговската политика, која на претпријатијата ќе им го олеснува пристапот до странските пазари, како и заштита на конкуренцијата.

Стопанскиот раст зависи од изворите на стопанството и од ефикасноста со која тие извори се употребени. Постојано помоќната глобална конкуренција овозможува опстанок и раст на оние што ќе успеат да ги употребат постојните извори, така што со нив ќе остварат повеќе, и што ќе ја зголемат својата продуктивност со подобрување на вештините на работниците со технолошки напредок и со нови начини на организација. За државите и регионите што достигнале најбрз раст во последните години, карактеристични се иновативноста, технолошките промени и зголемувањето на човечкиот капитал и знаење. Во тие средини се појавуваат можности за пристап на нови претпријатија и за раст на постојните, а, пак, за зачувување на динамиката, клучна е конкуренцијата на пазарот бидејќи таа ги поттикнува иновативноста и растот на продуктивноста, а со тоа се зголемува и конкурентноста³³.

Процесот на глобализација и конкуренцијата на производите и во развиените стопанства води кон заживување на улогата на индустриската политика како механизам за поттикнување на меѓународната конкурентност. Нејзина основна цел е забрзување на структурното приспособување на стопанството кон новите правила на меѓународната, односно на глобалната

³³ Европска Комисија, 2002, стр.5

конкуренција, со развој на нови технологии и флексибилно производство³⁴. ЕУ предлагаше неколку конкретни предлози за создавање услови што би му овозможиле на европското стопанство успешно соочување со меѓународната конкуренција, постигнување динамичен раст и создавање нови работни места уште во документот „Индустриски политики во отворена и конкурентска средина“³⁵ од 1990 година и во подоцнежната „Бела книга за развој, конкурентност и вработеност“³⁶ од 1993 година.

Во споменатите документи Европската комисија ја определи позитивната индустриска политика како начин на подобрување на способностите на реструктурирање во глобалната конкуренција, при што акцент се става на хоризонталните политики на страната на понудата, на пример, поттикнување на вложувањата во нематеријалните средства (ефикасна употреба на знаењето), развојот на поврзувањето во индустријата, како и развој на малите и средните претпријатија.

Во својата публикација „Productivities: The key to competitiveness of European economies and enterprises“, односно „Продуктивностите: Клучот до конкурентноста на европските економии и претпријатија“, покрај тоа што го нагласува значењето на ширењето на информациската и комуникациската технологија, вложувањата во развој и знаење, им дава посебно значење на комплементарноста на политиката на поттикнување на претприемаштвото и на конкурентската политика. Додека првата е насочена кон барање иновативни, ефикасни решенија и иновации во процесите и производите, другата, со поправање на слабостите на пазарот, овозможува вклучување на поголем број претпријатија во пазарните трансакции. За постигнување на Лисабонските цели,³⁷ потребни се политики со кои ќе се воспостават услови што ќе бидат поттикнувачки за раст на претпријатијата и за

³⁴ Petrin Tea, Dmitrovich Tanja: Is industrial policy appropriate for countries in transition? Case of Slovenia. Third international conference on enterprise in transition. Sibenik, 1999, Sibenik: Univerza v Splitu, Ekonomska fakultete, 1999, стр 9

³⁵ Европска комисија, „Industrial polics in an open and competitive environment“, 1990

³⁶ Европска комисија, „White paper on growth, competitiveness and employment“, 1993

³⁷ Советот на Европа во заклучоците од Лисабонската средба во 2000 година запиша нова стратемиска цел на ЕУ: да стане најконкурентно и најдинамично стопанство на светот засновано врз знаење, способно за умерен стопански раст со создавање на што повеќе и подобри работни места, како и поголема социјална кохезивност.

иновации при истовремено обезбедување единствени пазарни правила за сите актери. Проактивната индустриска политика затоа би требало да го зема предвид фактот дека зголемувањето на продуктивноста е определено со поквалитетна интеракција меѓу претпријатијата, акумулација на знаење и избор на најдобрите решенија засновани врз пазарните начела. Клучните подрачја на кои, пак, би требало да се насочува се:³⁸

- поттикнување на вложувањата во истражувања и развој, како и подобрување на пристапот до ризичниот капитал за нови и иновативни претпријатија;
- обликување на конкурентска политика, која ја поттикнува ефикасната конкуренција меѓу претпријатијата;
- обликување на законодавство, кое поттикнува соработка на подрачјето на истражувањата, развојот и иновациите, бидејќи токму создавањето мрежи на знаења и соработката при иновативните проекти го поттикнува растот на продуктивноста.

Што се однесува до карактеристиките на европското стопанство во споредба со американското, Европската комисија ги нагласува и клучните предизвици: отстранување на препреките кои го спречуваат побрзото ширење на информациско-комуникациските технологии, поттикнување на иновациите, истражувањата и развојот, подобрување на квалитетот на работната сила, како и расположливоста на оспособените кадри при промена на потребите на новите технологии, потребата по урамнотежено дејствување на политиката на заштита на конкуренцијата и политиката на поттикнување на претприемаштвото.

Потребата од усогласеност на одделни мерки на индустриската политика ја нагласува и Best³⁹, кој ја опишува нејзината улога од аспект на тријада на продуктивноста, а тоа се меѓусебно поврзани потсистеми на деловниот модел,

³⁸ Европска комисија, 2002, стр.13 - 15

³⁹ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 219-241

производствениот систем и процесот на обликување на вештините.⁴⁰ За секоја од овие делови на тријадата на продуктивноста, индустриската политика развива потребни мерки, иако сето тоа мора да се движи во насока на интеграција на сите тие делови. Главна задача на создавачите на политиките, пак, е координација на активностите, кои го поттикнуваат заемното приспособување на процесите во рамките на тријадата на продуктивноста.

Од аспект на основачите на политиките, многу поважно од успехот на одделни претпријатија е поттикнувањето на технолошкиот напредок и со тоа на стопанскиот раст, а тоа е единствено можно ако производствениот систем е приспособен кон новите технологии и технолошките промени. Истовремено, пак, пред технолошките новини мора да се менува и општествената организација, затоа е предвидено со владините политики да се поттикнува развојот на способностите на технолошкиот менаџмент.⁴¹ Предизвикот на индустриската политика од аспект на иновациите и производствените можности е воведување процеси на создавање и развој на претприемачки водените претпријатија, бидејќи тие се извор на регионалниот стопански раст, со создавањето, развојот и исчезнувањето на претпријатијата, пак, се создаваат технолошките можности и се подобрува продуктивноста. Така, индустриската политика има задача за отстранување на препреките за создавање нови претпријатија и за забрзување на воведувањето технолошки промени. Владините институции и индустриските здруженија имаат важна улога при создавањето единствени стандарди, кои овозможуваат меѓусебно поврзување и соработка меѓу претпријатијата и изворите во отворените производствени системи. При воведувањето нови пристапи (нови начела на производство и организација) што можат да бидат со комбинација на

⁴⁰ Секој производствен систем е определен со едно од трите начела на производството: меѓусебната заменливост на деловите, текот или интеграцијата на системите (Best, 2001, стр. 22). Деловниот модел се однесува на организацијата на процесите, кои овозможуваат непрестаен развој и надградување на производствените можности во претпријатието, а произлегува од динамиката меѓу технолошките можности и пазарните можности. Секое претпријатие е поставено во регионален производствен систем, кој се заснова врз производствените можности, а тие, пак, врз трајните начела на производството и организацијата (Best, 2001, стр. 20-25)

⁴¹ Станува збор за можност на развој и воведување нови технологии, опрема, техники и методи во производството, за подобрување на деловните резултати. Околу понапредното начело на производство мора да бидат усогласени сите елементи на тријадата на продуктивност, за да се институционализира трајниот процес на технолошки промени (Best, 2001, стр. 20-25).

странски технолошки извори и комплементарни можности во регионите, може да се создадат услови за стопански раст⁴².

Во создавањето соодветни вештини во долгорочни, формални и неформални процеси, политиката се вклучува со усогласување на инвестирањето во развој на вештините (на оперативно, научно и инженерско ниво) и во напредокот на подрачјето на технолошките и производствените можности⁴³. Развојната улога на образовните институции е соработка и усогласување со претпријатијата и владините органи.

И покрај заедничката појдовна точка и некои клучни цели што ги споменуваат како економските стручњаци, така и владите на различни држави, основачите на индустриската политика мораат при создавањето на клучните насоки да тргнуваат од соодносите во поединечното стопанство, како и да ги идентификуваат поважните делови и да ги определат приоритетните цели.

Без оглед на различните појдовни точки и различните приоритети на поединечните стопанства, за успех на мерките на индустриската политика од клучно значење е усогласеното дејствување и меѓусебната поддршка на различните политики и нивното конзистентно спроведување. Концептот на создавањето гроздови на тој начин е можно да се пренесе и на ниво на создавање на владините политики – се работи за обликување на заедничка визија за стопанскиот развој, која мора да ја поддржуваат сите парцијални политики што влијаат врз конкурентноста на стопанството.

Голем број држави во последните години како главен елемент на своите политики на конкурентност го подвлекле токму значењето на стратегиските поврзувања и соработката во рамките на мрежите на претпријатија.

Традиционалната економска развојна политика беше осредоточена кон потребите на индивидуалните претпријатија или индустриски сектори. Политиката на гроздењето, т.е. кластерингот се занимава со претпријатијата или стопанството

⁴² Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 219-241

⁴³ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 236

како систем. Насочена е кон развој на таква економска стратегија што поттикнува лоцирање и воспоставување ресурси за регионален развој, креирање алатки за воспоставување нови претпријатија во локалната средина, како и поттикнување и диверзификација на постојната индустрија.

Со лоцирањето на постојните гроздови во локалната средина и утврдување на нивните потреби (на пр. потреба од инфраструктура, потреба од специјализирана работна сила), лесно се гради економска развојна политика и се нуди примарна помош врз база на востановените потреби. Помошта на потпорната околина во поголем дел на случаи е неопходна, особено малите и средните претпријатија не се способни самостојно да остваруваат примерни конкурентски услови за своето дејствување.

Економската развојна политика, која го поддржува обликувањето на деловните гроздови, се употребува како алатка за етаблирање нови претпријатија. Кога во локалната средина ќе се идентификува деловен грозд, треба во зачетната фаза од обликувањето на гроздот да се востановат тие подрачја во веригата на вредности, кои не се опфатени со постојните претпријатија, кои со своето дејствување би ја пополниле празнината.

Државата води политика на немешање во стопанството, но влијае врз економијата со свои надлежности и активности што ги има на подрачјето на законодавството, изградбата на инфраструктура, разни субвенции или јавни набавки. Улогата на државата и нејзините установи е прашање на подрачјето на обликување на деловните гроздови како успешна алатка за поттикнување на развојот на локално ниво. При обликување политика за поврзување на претпријатијата во деловни гроздови, државата мора да ги почитува следниве дејства:

- потребно е да се почитува локалната средина. Конкурентската предност се гради на различноста, така што гроздовите не треба да ги копираме едни на други. Секој грозд мора да има сопствена стратегија за развој приспособена кон локалната средина,

- некои дејности не се погодни за поврзување во грозд затоа што не генерираат користи за претпријатијата,
- потребно е да се почитува животниот циклус на гроздот/кластерот. Поддршката на деловните поврзувања на постојните гроздови мора да се разликува од онаа на гроздовите што дури сега се обликуваат и немаат разработена стратегија за развој.

Активната улога на државата во светот при поттикнувањето на претпријатијата порасна по 1990 година, кога професорот Michael E. Porter ја опиша улогата на гроздот или локалните претприемачки мрежи при зголемување на конкурентските предности на претпријатијата.

Државата игра важна улога во стопанскиот развој поради своето влијание врз сите сегменти од деловниот амбиент. Со својата поддршка и политика влијае како врз конкурентноста на националното стопанство, така и врз меѓупретриемачките поврзувања во деловни гроздови. Porter ја воспоставува улогата на државата при развојот на гроздот на следниве подрачја⁴⁴:

- создавање посебни образовни програми,
- собирање и ширење информации,
- поддршка на истражувачката дејност,
- развој на транспортна и информациска инфраструктура,
- смалување на влезните препереки за нови конкурентски претпријатија,
- привлекување странски инвестиции,
- поттикнување на извозот,
- помош при обликување на гроздовите,
- создавање технолошки паркови, трговски зони,
- прибавување дополнителни дејности што му се потребни на гроздот,
- создавање благопријатно законодавство,
- помош при воведување стандарди за квалитет.

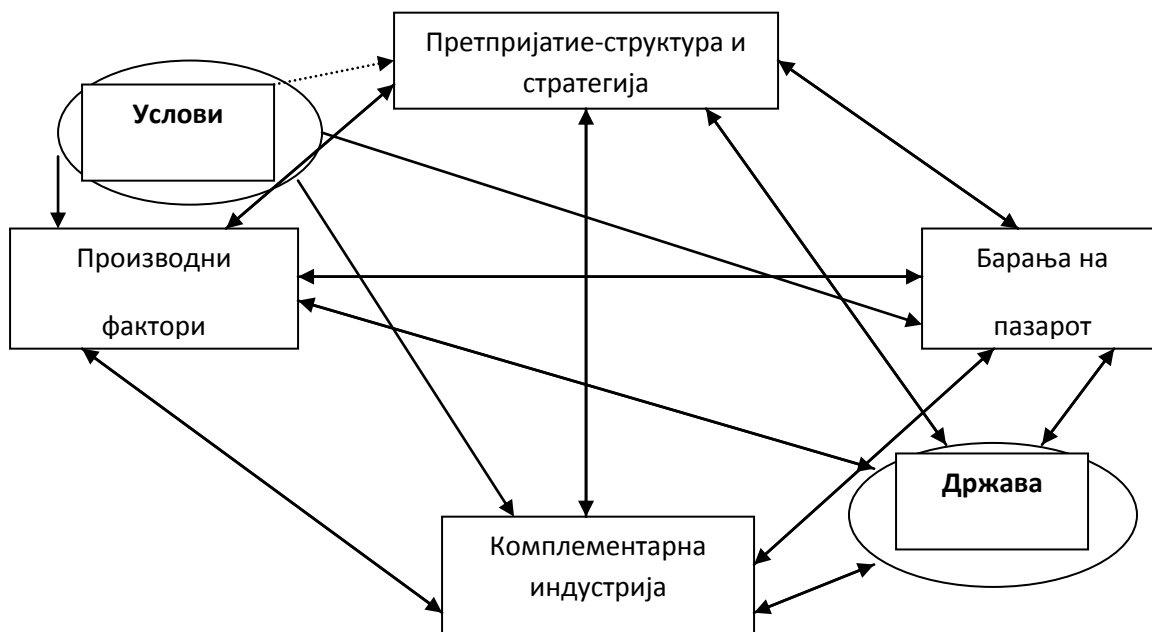
⁴⁴ Porter Michael E.: On Competition. Boston: Harvard Business School Press, 1998, стр 251

Дијамантот (Слика 3.) ги опишува размерот и односите меѓу претпријатијата и нивната околина⁴⁵.

Се состои од шест дела, со кои лесно го опишуваме меѓусебното влијание и поврзување.

- Претпријатија: стратегија на претпријатието, водство на претпријатието, неговата организација и знаење со кои се појавува во околината, претставуваат значаен елемент при создавање на поврзувањата.
- Претпријатијата лесно ги користат погодностите што се појавуваат на пазарот, со формални или неформални поврзувања со или без меѓусебно ривалство.
- Комплементарната индустрија ги поттикнува претпријатијата кон иновации за производи и процеси.
- Локалниот пазар и неговите барања во смисла на квалитет се клучни во почетната фаза од развојот на претпријатието,
- Фактори што влијаат врз развојот на претпријатието се: инфраструктурата, човечките ресурси, знаењето, образовниот систем. Врз поголем број од овие фактори значајно влијание има индустриската политика во државата.
- Државата, законодавството, државните инвестиции, јавните набавки, средствата за наука и образование се значаен елемент за конкурентска предност.

⁴⁵ Porter Michael E.: The competitive advantage of nations. New York: Free Press, 1991, стр 126-130



Слика 3 : Конкурентност на националното стопанство⁴⁶

За изведување на политиките за поттикнување на претприемаштвото државите користат различни алатки/инструменти. Во првата фаза е потребно да се идентификуваат постојните или потенцијалните деловни гроздови во регионот, нивните предности и слабости. Идентификацијата се изведува со собирање статистички информации, што овозможува споредба меѓу регионите и гроздовите⁴⁷. Збирните информации се употребуваат за креирање на политиките за поддршка на гроздењето.

Воспоставување дијалог меѓу приватниот и јавниот сектор се изведува низ различни облици на организирање (јавни установи, конференции, одбори, форуми, собири). Претпријатијата низ овие облици на дијалог влијаат врз одлучувањето и политиката на државата. Државата го поттикнува поврзувањето на претпријатијата

⁴⁶ Porter Michael E.: The competitive advantage of nations. New York: Free Press, 1991, стр 127

⁴⁷ Пример “Cluster Mapping” проектот, што го изведува Harvard Business School, кој опфаќа 40 држави со повеќе од 200 различни деловни гроздови. Збирните податоци овозможуваат споредба меѓу поединечните гроздови. – URL: <https://secure.hbs.edu/isc/login.do?http://data.isc.hbs.edu/isc/index.jsp>

низ поддршка на воведување технички менаџмент за промени, кој води до подобрување на положбата на претпријатијата на пазарот.

1.2.2. ЕУ-политики за кластеринг

По оцена на OECD,⁴⁸ се изведуваат програми на гроздење/кластеринг во 35 држави во светот на различни нивоа⁴⁹. Во некои држави програмата на гроздење се изведува како главен елемент на индустриската политика, а во други се употребува како алатка (инструмент) за подобрување на регионалниот економски развој.

Држави во кои се изведува програма за обликување на деловните гроздови, се: Аргентина, Австралија, Белгија, Канада, Чиле, Колумбија, Костарика, Данска, Салвадор, Велика Британија, Франција, Финска, Германија, Гватемала, Индија, Ирска, Италија, Јордан, Мексико, Мароко, Маурициус, Холандија, Никарагва, Норвешка, Шкотска, Словенија, Сингапур, Шпанија, Шведска, Јужна Америка, Тринидад, Шри Ланка, Русија, Австрија.

Во Италија, која е лидер на подрачјето на гроздењето, моментално има приближно над 200 гроздови, кои само во малите и средните претпријатија вработуваат 2,2 милиони луѓе. Развојот на претприемаштвото и обликувањето на локалните гроздови во северна Италија почнал постепено:

- со приспособување на занаетите и земјоделството кон потребите на пазарот,
- со отпуштање на специјализирани работници од страна на големите претпријатија што отвориле сопствени претпријатија,
- со намалување и децентрализација на работењето на големите претпријатија
- со претприемачки иницијативи на претпријатијата во здруженија.

⁴⁸ OECD – Организација за економска соработка и развој (Organisation for Economic Co-operation and Development)

⁴⁹ Enright J. Michae, Ifor-Ffowcs Williams: Local partnership, clusters and SME globalisation, OECD, 2003, стр 14

Реакцијата на претприемачите во поглед на стопанските областите во опкружувањето, кои се со послаби размери биле следниве:

- диверзификација на производите и иновации,
- подобрување на квалитетот,
- специјализација во истражувањето.

Најчеста била диверзификацијата на производите што почнале да ја практикуваат одредени претпријатија, која потоа ја следеле и останатите претпријатија, кои со имитирање на водечките претпријатија го задржале своето учество на пазарот.

Стратегијата за подобрување на квалитетот, пред сè, ја изведувале претпријатијата што биле специјализирани и располагале со потребното ниво на знаење и вештини. Поголемиот квалитет се постигнул со насочување во сегменти со поголема пазарна побарувачка, со воведување стандарди за квалитет или, пак, со задоволување на потребите на пребирливите купувачи. Поради намалениот интерес за традиционалните производи и силната ценовна конкуренција, претпријатијата почнале да купуваат сировини и полупроизводи на пазари што овозможувале пониски цени.

Како одговор на нараснатата промена на пазарот, се развиле и се формирале групи претпријатија, кои меѓусебно биле капитално поврзани или, пак, биле неформално поврзани.

Групите претпријатија биле релативно стабилни и поврзани врз економска основа (подизведувачи) и врз социјална основа (здруженија, пријатели), што обезбедувало доволен степен на доверба и лојалност меѓу претприемачите. Неформалните поврзувања се крепеле преку чести лични контакти меѓу претприемачите, размена на информации и со почеста соработка. Основна причина за успешен развој на регионите во Италија, пред сè, била меѓусебната доверба, заемност и цврстите социјални врски⁵⁰. Причините за создавање претприемачки поврзувања исто така се прифатени и во стратегијата за

⁵⁰ Lipnack Jessica Stamps Jeffrey: The age of the network: organizing principles for the 21st century, New Jork, John Wiley & Sons, 1994, стр 186

диверзификација и подобрување на квалитетот, што бара поголема интеграција и координација меѓу специјализираните претпријатија во синџирот на вредности.

Постигнувањето поголема додадена вредност со нови производи и зголемен квалитет бара инвестирање во нови алати, опрема и нови знаења. Поврзувањето на претпријатијата во стабилни групи и внатрешна специјализација овозможило и поделба на трошоците за инвестиции и го намалило ризикот (пример, 20% носечки претпријатија финансирале нови машини или објекти за своите подизведувачи). Таквите форми на коинвестирање немаат цел преземање или постигнување сопственичко учество во претпријатието, туку само обезбедуваат стабилно работење на групата и долгорочна соработка.

Така обликуваните деловни гроздови и индустриски окрузи не мора да функционираат самостојно. Потпората од локалната околина и институции при нивниот развој е потребна на подрачјето на обезбедување знаења и координација меѓу вмрежените субјекти, како јавни, така и приватни. Јавната сфера со ваква цел би обезбедила можност за размена на мислења меѓу заинтересираните во групата (банки, претпријатија, образовни институции, здруженија), со намена единствено разбирање на проблемите на локалната средина и создавање заеднички развојни програми.

Првата програма за обликување деловни гроздови на државно ниво е изработена во Данска во 1989 до 1993 година. Во програмата биле вклучени 650 претпријатија, кои обликувале 150 мрежи. Во програмата соработувале оспособени координатори од страна на државата што го поттикнувале поврзувањето и со кофинансирање на советодавни услуги и други трошоци. По завршувањето на програмата се распаднале три четвртини од поврзувањата, 40% претпријатија имале директна корист од гроздењето – пред сè, од преносот на знаења и искуствата од други претпријатија.

Во Норвешка во текот на осум години до 1998 г. се обликувале 700 деловни гроздови. Во програмата соработувале специјализирани советници, анализите покажуваат дека претпријатијата ги постигнале глобалните цели – зголемување на

конкурентноста, подобрување на деловните процеси и зголемување на способностите за соработка.

Во Нов Зеланд од 1994 до 1998 година се обликувале 100 деловни гроздови, кои ги воделе надворешни советници. Програмата била кофинансирана од страна на државата, по укинување на кофинансирањето во 1998 година, активното водење на гроздовите за надворешните советници станало веќе финансиски атрактивно⁵¹.

Сиве овие изведени програми имаат заеднички карактеристики⁵²:

- поголем дел од програмите ги кофинансирала државата и нејзините агенции (до 50%),
- заедничка желба за подобрување на конкурентноста на мали и средни претпријатија (МСП), специјализација и заеднички проекти,
- тристепен процес на обликување на деловните гроздови:
 - идентификација на примарни претпријатија и изработка на студија за изведливост
 - израбока на деловен план,
 - имплементација
- ангажирање оспособени, професионални координатори,
- изведба на пилот-проект пред воведување на програмата на државно ниво,
- поголем дел на гроздовите се обликувале на локално ниво, дел од нив вклучиле и големи претпријатија надвор од регионот или државата,
- програмите барале измена на однесувањето, што резултирало со воспоставување на голем број поврзувања надвор од самата програма.

Поголемиот број од деловните гроздови се развивале без поддршка од дизајнирана политика наменета за нивно креирање. Секој од гроздовите дава позитивен придонес за регионалните перформанси во кои опстојува, притисокот е

⁵¹ Ifor-Fflowes Williams: Policy for Inter-firm Networking and Clustering, Cluster Navigators Ltd, Wellington, 2002, стр 4

⁵² Ifor-Fflowes Williams: Policy for Inter-firm Networking and Clustering, Cluster Navigators Ltd, Wellington, 2002, стр 6-7

дизајнирање политики што ќе го зголемат и ќе го поттикнат развојот на гроздовите или да ги зголемат нивните економски придобивки.

Политиката на гроздење се дефинира како политика што спаѓа во една од следниве три категории:

- Развојот на политики за гроздење насочени кон креирање, мобилизирање или јакнење на одделен грозд, на пр. национален фонд за најдобра научна стратегија за гроздење.
- Политика за гроздење што се користи за зголемување на ефикасноста на специфични инструменти, на пр. поддршка за истражување и развој обезбедена само за компании од регионалните гроздови каде што поддршката е за компаниите што се изложени на „спил-овер“ ефектите (надворешни ефекти) за фирмата примач.
- Политики на опслужување на гроздењето насочени кон елементите на макроекономската бизнис-околина и ја зголемуваат веројатноста за појава на гроздовите, на пр. регионални или политики за конкурентност што ги отстрануваат бариерите за натпревар меѓу локациите.

Политиките што спаѓаат во првата категорија се традиционални и се суштината кон која гледаат истражувачите.

За подобро разбирање на „политиките3, може да се користат три различни термини:

- **Политики** - Честопати владите ги насочуваат своите стратешки интенции во специфичен документ, политика (или бела книга). Овој документ не ги дефинира специфичните алатки, алоцирање фондови или креирање одговорности. Но, тој овозможува политички цели и презентира мотивација што се однесува на тоа зошто специфичните активности во опишаната насока се оценети за важни.
- **Програми** - За да се придвижи од намера кон реална акција, владите дизајнираат специфични програми што алоцираат фондови, креираат организациски одговорности и дефинираат специфични услови под кои фондовите може да бидат достапни.

- **Агенција за имплементација** - тоа е одговорност на владина агенција или министерство да ја имплементира секоја програма. Програмата може да биде нивна главна активност или би можела да биде мал дел од нивните севкупни одговорности.

1.2.2.1. Национални политики за гроздење во рамките на Европа и Европската унија

Истражувањата спроведени во 31 земја во Европа ги покажаа следниве резултати⁵³:

- Сите земји имаат програми за поддршка на деловните гроздови на национално/регионално ниво. Меѓутоа, политиките за поддршка на гроздењето сè уште се во рана фаза во многу земји. Околу половина од земјите за прв пат почнаа да практикуваат политики за гроздење по 1999 година.

- Има големи варијации меѓу земјите за тоа колку и кое министерство е одговорно за имплементација на овие политики. Во 13 земји од ЕУ, две или повеќе министерства се одговорни.

- Важноста на политиките на национално ниво варира во голем опсег. Триесет проценти ги гледаат гроздовите како важни, 40% за средно важни и 30% како малку важни. Последната група доминира во земјите организирани како федерации или се високоавтономни региони.

- Со некои исклучоци, деловните гроздови не играат важна улога како рамки за национални политики што се однесуваат на иновации и технологии,

⁵³ Како дел од проектот INNOVA Cluster Mapping, спроведен од Oxford Research во 2008 година. За повеќе информации- <http://www.europe-innova.org>

регионалниот економски развој и претприемаштво и мали и средни претпријатија. Областа во која гроздовите играат најважна улога е науката и образованието.

- Две третини од земјите имаат публикувано документи со политики на национално ниво, каде што пристапот за гроздење е дел од иновациската политика, која станува сè поважна.

- Во многу европски земји, политката за гроздење на национално ниво е имплементирана од агенции, кои се организирани под разни министерства. Во триесет и една земја во кои е вршено истражување, идентификувани се 75 национални или државни агенции за поддршка на деловните гроздови. Најголем број од земјите имаат меѓу една и три агенции.

- Национални програми за гроздење постојат во 26 од 31 земја. Вкупно се идентификувани 69 национални програми за гроздење. Најголем број од земјите имаат од една до три програми, а главен извор за финансирање е националниот буџет.

- 36 од 69 програми за гроздење немаат особен фокус во определен животен циклус на гроздовите. Програмите што се фокусирани на определен животен циклус се фокусираат во фазата на раст и ембрионална фаза од развојот на гроздовите.

- Речиси повеќе од половината од програмите за гроздење се класифицирани како програми што се однесуваат на индустријата и претпријатијата или науката и технолошката политика. Просечно, една од четири од програмите се однесуваат на регионална политика.

- Речиси сите европски програми за поддршка на гроздењето ги имаат приватните бизниси како целна група. Друга поголема целна група се истражувачките и развојните институции.

- Вклученоста на истражувањето и развојот во европските програми за гроздење е генерално високо.

- 50% од европските програми за гроздење вклучуваат некаков вид прекугранична соработка, но само малку се дефинирани како прекугранични програми.

1.2.2.2. Регионални политики и програми

Важноста на политиките за гроздење на регионално и национално ниво е високо поврзана, на пр. земјите што сметаат дека политиката на гроздење е важна на национално ниво, ја сметаат важна и на регионално ниво.

Не е можно точно да се наведе колку организации се одговорни на регионално ниво. Но, секако јасно е дека нивниот број е многу поголем од оние на национално ниво.

Многу од агенциите одговорни за имплементација на политики за гроздење на регионално ниво се фокусирани на бизнисот и регионалниот развој воопшто. Бројот на организации на гроздовите варира во голем дел од земја до земја.

Има помалку регионални програми отколку национални. Нема регионални програми во 43% од земјите. Тие се генерално помали земји по број на жители или територија.

Бројот на програми за гроздење варира меѓу државите. Доминантен фокус на регионалните програми е регионалниот развој, а најважна целна група се бизнисите.

Најголемиот број од 57-те европски програми за гроздовите се базирани врз некој вид апликативен процес, каде што група гроздови или потенцијални гроздови прават апликација за поддршка. Во 39 од програмите, процесот на селекција е 100% процес „оддолу нагоре“, додека 28 програми се повеќе ориентирани „одгоре надолу“ во поглед на селектирањето.

Во прашалниците исто така има прашања за типот на поддршката што се нуди во програмата за различни целни групи. Во 31 програма, финансиската поддршка е единствен вид поддршка. Во 8 програми се поддржуваат само гроздови со делење на знаењата и градење мрежи. Во 26 програми се идентификувани комбинација на финансиска поддршка и различни форми на знаења и вмрежувања.

1.2.3. Искуства во спроведување на кластерските политики во ЕУ и регионот

Во врска со развојот на политики за гроздење, важно е да се знае дека политиките се вкоренети или не во различни јавни документи. Прашањето се однесува на тоа дали документите за политиките се објавени на национално ниво, јавни и/или официјални студии, на пример, бели книги каде што приодот за гроздење е дел од иновациската политика. Спроведеното мапирање покажа дека две третини од земјите имаат објавено документи за политиките на национално ниво, додека една третина немаат. Во подоцнежните групи, околу една половина од земјите ја нагласуваат националната политика за гроздење на понизок степен. Дополнително, групата се состои од најмалите земји, на пр. Малта и Луксембург.

Во 2006 г. федералната влада на Германија почнала да развива сеопфатна високотехнолошка стратегија со вклучување на сите министри. Федералната владина стратегија за гроздење е дел од овој приод. Рангот на стратегијата за гроздење се протегал од мерки со широко влијание на модуларен, регионално-специфичен или технолошки-специфичен приод, сите насочени кон поттикнување на финансирањето на најсилните, најпродуктивните гроздови-лидери. Ова може да се цени како нова фаза во федералната владина политика за гроздење.

Баскиската програма за конкурентност е иницирана од Секторот за индустрија, трговија и туризам и Секторот за транспорт во 1991 година. Оттогаш постојат различни баскиски програми за конкурентност, но сè уште се следат долгорочните цели. Денес програмата се нарекува Баскиска социјална програма за конкурентност и иновативност.

За реализирање на оваа програма беа етаблирани асоцијации на деловните гроздови. Групата асоцијации на гроздовите заедно со компаниите, универзитетите, тренинг-центрите, технолошките центри и јавните актери (општините, парламентот, секторите на баскиската влада), работеа како

олеснувачи во насока на унапредување на конкурентноста низ соработка. Со други зборови, тие ги организираа сите свои активности за постигнување на оваа цел.

Односите меѓу регионалната влада и асоцијациите на деловните гроздови се регулирани со договор за соработка меѓу Секторот за индустрија и секоја асоцијација на деловен грозд. Дополнително, постои аранжман што ја дефинира финансиската поддршка на секоја асоцијација. За да добие финансиска поддршка, секој грозд презентира годишен план и стратешки план за период од 3-4 години.

Програмата се состои од девет приоритетни гроздови: домашен алат, машински алати, челик со додадена вредност, бродоградба, аеронаутика, хартија, автомобилски делови, туризам и храна. Работна група поврзана со секој грозд ги дефинира приоритетите за унапредување и предлага конкретни акции. Следниве активности биле превземени низ програмите:

- стратешко размислување;
- градење консензус;
- креирање на формални комитети;
- дизајнирање на акциони планови, главно во областа на технологијата;
- интернационализација и
- менаџмент на квалитет.

Во Словенија првиот формален облик на деловно гроздење се појавил во 1991 година во дрвопреработувачката индустрија. Десет извозно ориентирани претпријатија од оваа дејност го востановија непрофитниот завод КОНЛЕС, со цел подобрување, соработка, стекнување знаења и специјализација. Проектот се одвиваше до 1993 година.

Во 2001 година Министерството за економија почна да го поддржува развојот на првите пилот-гроздови (алатничарскиот грозд, словенскиот автомобилски грозд, транспортно-логистичкиот грозд); бројот на деловните гроздови што добија финансиска поддршка во 2003 година порасна на 17 (грозд за климатизација, греење и ладење, грозд за пласт-техника, развоен центар за дрво, словенечкиот еколошки грозд и други). По нив, обликувани се неколку помали локални гроздови, така што не е можно да се определи точниот број на сите

деловни гроздови што опстојуваат на локално, регионално и национално ниво. Во деловни гроздови се поврзани околу 350 претпријатија со повеќе од 55 илјади вработени. Почетните заеднички проекти што ги финансирало Министерството со 40%, се однесуваат на заеднички оспособувања, промоција, развој на системи за заеднички набавки и системи за квалитет.

Во рамките на проектот на Агенцијата за поддршка на претприемаштвото „Обликување на локални деловни гроздови“, активностите на локално ниво ги изведувале 16 локални претприемачки центри, кои биле избрани на два јавни повика.

Постигнувањата на проектот во 2002 година се прикажани во **Табела 1**.

Активностите исто така продолжиле и во 2003 година кога Министерството за економија учествувало во изготвувањето на сите 17 акциони планови за развој на локалните гроздови и оспособување на нови групи координатори.

Кофинансирањето на локалните гроздови се одвива преку годишни јавни повици на Министерството и Агенцијата за поддршка на претприемаштвото во рамките на проектот PRIME.

Табела 1: Резултати во проектот PRIME (Phare CBC Slo-It)⁵⁴. „Обликување на локални кластери“

| | |
|-------------------------------------------|------|
| - Број на анимирани претпријатија | 5454 |
| - Број на анкетирани претпријатија | 939 |
| - Идентификација на поврзувањата - вкупно | 128 |

⁵⁴ PRIME (Primorska Enterprise) – поддршка на мали и средни претпријатија во Приморско со соработка и поврзување.

Меѓу проектите што се одвивале во Приморско со помош на средства од Phare CBC Slovenija/Italija, секако е потребно да се нагласи проектот PRIM-e. Овој проект бил наменет на микро, мали и средни претпријатија во Приморско и имал цел поттикнување на локалното претприемачко поврзување – гроздење, за подобрување на конкурентските способности на иновативна основа и побрзо и поуспешно прилагодување на претприемачкиот сектор за влегувањето на Словенија во ЕУ. Главните цели на проектот биле:

1. Зголемување на конкурентноста и иновативноста на микро, мали и средни претпријатија со цел придобивање траен и рамномерен развој на словенско- италијанскиот граничен простор како целина,
2. Подобрување на условите за создавање повисока додадена вредност на производи/услуги на микро, мали и средни претпријатија,
3. Отворање нови работни места.

| | |
|-----------------------------------|----|
| - постојни | 39 |
| - потенцијални | 84 |
| Број на поврзувања по сектори | |
| - металопреработувачка индустрија | 19 |
| - туризам | 15 |
| - дрвна индустрија | 18 |
| - градежништво | 10 |
| - логистика | 7 |
| - информациска технологија | 6 |
| - оспособување на координатори | 40 |

1.2.4. Развој на кластерингот во Република Македонија

Гроздовските иницијативи во Република Македонија започнаа со проектот МСА⁵⁵ или Македонска активност за конкурентност поддржан од УСАИД, кој се реализираше во периодот 2002-2006 година кога беа формирани првите 5 деловни гроздови. Министерството за економија продолжи со поддржување на иницијативите за гроздовското организирање, како и со поддршка на работата на веќе етаблираните гроздови. Денес има 10 регистрирани деловни гроздови и неколку нови иницијативи за гроздење.

Како специфични мерки што ќе се спроведуваат во областа на поддршка на деловните гроздови и поврзувањето, се:

- Натамошен развој на свеста за предностите на гроздењето
- Поддршка на анализи на гроздовите и на деловните врски и развој базиран врз конкретни акциони планови
- Поддршка на процесите на поврзување низ синџирот на вредности
- Мрежи на центри за истражување и развој и нивна врска со индустријата.

⁵⁵ МСА (Macedonian Competitiveness Activities), УСАИД, 2002-2006

Очекувани резултати од интервенцијата во оваа област се:

1. Подобрување на разбирањето на македонските претприемачи и директори за позитивните ефекти на гроздењето и поврзувањето во деловни мрежи.
2. Зголемена помош од страна на државата на иницијативи што ќе доаѓаат од самите претпријатија.
3. До 2020 г. во Република Македонија да има барем три меѓународно препознаени, интегрирани и индустриски гроздови базирани врз знаење.

Индустриската политика на Република Македонија 2009-2020, предвидените специфични активностите на полето на развој на деловните гроздови и на здружувањето во гроздови и деловни мрежи, ги групира во следни групи активности, зависно од специфичните мерки на кои се однесуваат, и тоа⁵⁶:

1. *Натамошен развој на свеста за придобивките на гроздењето* - Ова ќе се постигнува преку семинари, регионални меѓународни конференции и настани за организирано деловно поврзување. Целна група се малите и средните, но и големите претпријатија, а намерата е тие да развијат правилно разбирање за предностите и придобивките од гроздењето. Нивото на знаења за гроздењето и за управувањето со гроздовите ќе се подигнува и со размена на најдобра практика, како и преку учење низ практични примери, студиски престои и слично.

2. *Анализа на гроздовите и на стратегиите за нивни развој заедно со акциони планови и специфични проекти што тие ги преземаат* - Овие активности ќе се поддржуваат од страна на владата заедно со слични практични активности што ќе мобилизираат различни субјекти од бизнисот, владата и од науката во еден процес што треба да овозможи поголема конкурентност на македонските гроздови. Владата во оваа смисла ќе кофинансира проекти за

⁵⁶ Индустриска политика на Република Македонија 2009-2020, 2009 година, стр.79

гроздовско здружување, а соодветно ќе се поттикнува и меѓународната соработка на ова поле.

3. Јакнење на партнерства по синџирот на вредноста - Подобрувањето на конкурентската позиција на Македонија ќе се поттикнува преку создавање силни партнерства низ синџирот на вредноста, водени од големите извозници. Во таа смисла ќе се кофинансираат заеднички проекти на учесниците во синџирот на вредноста за подобрување на процесите, полупроизводите, производите и услугите во синџирот.

4. Мрежи на центри за истражување и развој и нивна врска со индустријата - Овие мрежи треба да обезбедуваат најразлични услуги за развој на иновациите и да почиваат на висококвалитетен кадар и напредна инфраструктура.

1.2.4.1. Анализа на степенот на зрелост на постојните деловни гроздови

Во однос на оцената на степенот на зрелост на постојните гроздови, очигледна е извесна диспропорција во развојот. Во прва линија се етаблираните гроздови, како гроздот за информатичка технологија (ИТ), гроздот за текстил, гроздот за вино. Во втора линија се гроздовите во почетен развој, како гроздот за дрво, гроздот за преработки од овошје и зеленчук, гроздот за мода и дизајн, гроздот за земјоделска механизација и гроздот на автомобилската индустрија. На најниско ниво и практично не дејствуваат, гроздовите за јагнешко месо и овчо сирење и туризам.

Табела 2: Кластерите во Македонија според нивото на развој

| Кластер | Ниво на развој |
|-----------------------------|----------------|
| Јагнешко месо и овчо сирење | Нулто ниво |
| Туризам | Нулто ниво |

| | |
|------------------------------------|--------------|
| Информатичка технологија | Етаблиран |
| Вино - Тиквешки вински пат | Етаблиран |
| Текстил | Етаблиран |
| Дрвна индустрија | Почетен раст |
| Преработки на овошје и зеленчук | Почетен раст |
| Моден дизајн | Почетен раст |
| Приклучна земјоделска механизација | Почетен раст |
| Автомобилска индустрија | Почетен раст |

Спонтани деловни гроздови што заслужуваат поддршка се гледаат во екотуризмот, во производството на здрава храна, во транспортот и логистиката, во бањскиот туризам, во металопреработувачкиот сектор, во градежништвото, а се гледа и потенцијал за формирање мрежи на деловните гроздови со регионот на Југоисточна Европа.

1.2.5. Мапирање на кластерски иницијативи во Република Македонија

Во обидите да се создаде еден оптимален модел на гроздење во Македонија, најпрвин ќе почнеме со мапирање на постојните и потенцијалните деловни гроздови. Испитувањето и трасирањето на зависноста меѓу индустриите се користи како прв чекор при моделирањето на гроздовите. За тоа се користат инпут-аупут табелите. Тие покажуваат величина и правец на меѓузависноста по одделни гранки или претпријатија, при што величината укажува на можно постоење на деловен грозд.

Исто се постапува на ниво на одделни претпријатија при анализата на должничко-доверителските односи по основа на промет на стоки и услуги. Ако се откријат силно поврзани дејности и претпријатија, тогаш може да се пресметува

факторот на меѓузависност. Тој може да биде фактор на зависност на гроздот во однос на дадена индустрија и фактор на зависност на дадена индустрија од некој грозд, и конечно, како индекс на меѓузависност меѓу два грозда. Врз основа на овој пристап, а следејќи ги врските меѓу претпријатијата, се забележуваат одделни дејности (производи/услуги), кои според концентрацијата во одделните статистички области, би можеле да послужат како потенцијални деловни гроздови за интервенција одгоре надолу.

Подолу е дадена матрицата регион/производи како модел за гроздење во Македонија на макрониво.

Базичната цел на мапирање на компаниите во согласност со географската концентрација има функција да ги идентификува индустриите во осумте региони во РМ (согласно со NACE-3⁵⁷), кои би можеле да бидат т.н. „водечки индустрии“ во регионите. Искуствата покажуваат дека овие индустрии се главни содржини на активностите на деловните гроздови.

Табела 3: Статистички региони во Македонија и дејности со потенцијал за гроздење

⁵⁷ NACE -3 – Национална класификација на вредности

| Статистички регион | 15-Прехрамбени производи и пијалоци | 17-Текстилни такевини | 18-облека, доработка и боење на крзно | 22-Издавачка дејност, печатење | 24 Хемикалии и хемиски производи | 25-производи од гума и пластични маси | 26-Производи од неметални минерали | 27-Основни метали | 28-Металопреобробувачки, освен машини | 29-Машини и уреди | 31-Електрични машини и апарати | 34-Моторни возила, приколки и полуприколки | 35-други сообраќајни средства |
|--------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|-------------------|---------------------------------------|-------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------|
| Пелагониски | X | | X | | | | | | | X | | | |
| Вардарски | X | | | | | | X | | | | X | | |
| Североисточен | X | | | | X | X | | | X | | | | X |
| Југозападен | X | | | X | | X | | | | | X | X | |
| Скопски | X | | | X | X | | | | | | X | | |
| Југоисточен | X | | | | X | | X | | | | | | |
| Полошки | X | | X | | | | X | | | | | | |
| Источен | X | X | | | | | | | | | | X | |

Сите мерења се направени во согласност и со користење на компаративни калкулации меѓу регионите и државата како целина, во согласност со Националната класификација на дејности (NACE-Rev.2⁵⁸) и податоци од ДЗС.⁵⁹

⁵⁸ NACE – Rev.2- Национална класификација на дејности – ревидирана втора ревизија

⁵⁹ Направен е преглед со користење податоци од ДЗС (Државен завод за статистика на Република Македонија)

ВТОР ДЕЛ: УНАПРЕДУВАЊЕ НА КЛАСТЕРСКАТА СТРУКТУРА И ПОЛИТИКА

2.1. Унапредување на кластерската инфраструктура низ политики

Кластерската политика е област што динамично се развива и каде што јасноста на концептуалната дискусија не е секогаш во чекор со напорите во практиката. Секој приод што бара поистакната улога во дебатата за политиките, исто така, бара способност за демонстрирање на значајно квантитативно влијание на економските резултати. За да може кластерската политика да го мине овој пат, потребно е да бара поширока агенда, вклучувајќи портфолио од кластери и користејќи ги кластерите како алатка за широко економско унапредување на конкурентноста, како што е практика во многу региони. Секоја политика или приод сака да ја покаже релевантноста во контекст на специфична локација. За кластерската политика, ова креира барање на двата услова, економски амбиент што треба да постои и економски предизвици што треба да ги поседува локацијата. Кластерската политика не е секогаш најзначајниот одговор, но честопати е дел за кој владите треба да водат сметка.

Кластерите сè повеќе се препознаваат како важни инструменти за поттикнување иновации, конкурентност и регионален економски раст. Соработката меѓу земјите-членки на ЕУ предвидува напорите за интернационализација што ќе го забрзаат развојот на кластери од светска класа во Европа да ги користат кластерите како лостови-двигатели на овие процеси. И покрај тоа што кластерските политики се одговорност на секоја од членките во ЕУ, потребно е да се постигне синергија во управувањето со овој феномен. Кластерите не можат да бидат креирани, туку треба да се развиваат согласно со потребите на пазарот. Кластерите треба да бидат иновативни, што вклучува повеќе ефикасни политики, како и потреба од зголемување на професионализмот на кластерските организации, унапредување на интеграцијата на МСП во кластерите и промовирање на соработката меѓу кластерските организации.

Натамошен прогрес во дебатата за кластерските политики треба да се води со повеќе податоци. Додека за кластерите сега има зголемен обем на квантитативни податоци за многу региони што овозможува нов бран за емпириски истражувања, за кластерските политики, нема ништо за споредба. Оцената на влијанието што постои се однесува на секој индивидуален случај одделно и се стреми да се фокусира кон унапредување на специфични програмски политики, а не на фундаментално тестирање на кластерските политики како концепт. Ова е почеток, но тој треба да се следи.

2.1.1. Двигатели во процесот на кластеринг

Иако со развојот на информациските и комуникациските технологии и со ослободувањето на тековите на производите, капиталот, луѓето, знаењето и технологијата се воспоставени клучните услови за распрскана економска активност и со тоа за приближување на степените на развиеност на одделни стопанства, емпириските податоци покажуваат дека до конвергенција во доходите меѓу развиените и неразвиените држави не дошло.

Така, Clark и Feenstra⁶⁰ утврдуваат дека разликите во нивото на доходот и во продуктивноста не се намалиле. Уште од 1800 година, па сè до денес, нееднаквоста во доходот на жител расте, и покрај подобрувањето на мобилноста на стоката, капиталот и технологијата. Причина за разидувањата се растечките разлики во ефикасноста на стопанската активност, кои, пак, не произлегуваат од оневозможениот пристап на сиромашните држави до новите технологии, туку од различната ефикасност на нивната употреба и на бавното освојување на технологиите. Значењето на ширењето на технологиите надвор од границите на државите го подвлекува и Keller⁶¹, кој наведува дека тоа е одлучувачко за намалување на разликите во доходот на вработениот. Како што утврдува тој, врз

⁶⁰ Clark Gregory, Feenstra Robert: Technology in the great divergence. Cambridge: NBER Working Paper Series, 2001, стр 1

⁶¹ Keller Wolfgang: The geography and channels of diffusion at the world's technology frontier. Cambridge: NBER Working Paper Series, 2001, стр 1-2

раширувањето на технологијата значително влијае оддалеченоста, иако истовремено технолошкото знаење станува сè поглобално. Меѓу причините за помала локализација на знаењето ја наведува поинтензивната меѓународна размена, зголемениот обем на меѓународните инвестиции, како и развојот на нови комуникациски и информациски технологии⁶².

Глобализацијата, и покрај поинтензивните поврзувања меѓу државите и општествата, не значи нужна и еднаква распределба на активностите кои го создаваат богатството во светот. Нивното распоредување зависи од националните и регионалните карактеристики поврзани со обезбедување на клучните фактори на конкурентските предности⁶³.

Компонентите што го определуваат распоредот на стопанските активности дејствуваат во две насоки. Меѓу оние што водат кон поголема распрсканост, односно глобализација, на пример, спаѓаат заштедите, кои ги овозможува производството во близина на целните пазари, како и разликите во реалните плати на различни локации.

Спротивно на тоа, поголемото значење на економијата на знаење, за која е карактеристично преовладувањето на комплексните производи и услуги со растечко вложување во знаење, зборува во прилог на концентрацијата на економска активност на определени локации.⁶⁴ Таа е (од аспект на економската географија) поттикната со стремежот кон намалување на транспортните трошоци, кон постигнување економија на обем, кон приспособливоста и ефикасноста, кои произлегуваат од расположивоста на работна сила, од аспект на напредок, пак, од клучно значење се иновативноста и создавањето ново знаење⁶⁵.

Значењето на знаењето, односно интелектуалниот капитал, за кој станува збор во второто поглавје, одлучувачки влијае и врз активностите на

⁶² Keller Wolfgang: The geography and channels of diffusion at the world's technology frontier. Cambridge> NBER Working Paper Series, 2001, стр 27-28

⁶³ Petrin Tea: Competitiveness policy theory and practice, Southern Economic Association Annual Meeting. New Orleans, 2002, стр 2

⁶⁴ Повеќе за ширењето на знаењето на определени географски локации во Zucker, Darby, Armstrong, 1994).

⁶⁵ Solveli Orjan, Birkinshaw Julian: Multinational enterprises and the knowledge economy: Leveraging global practices. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 84-85

повеќенационалните општества. Тие ги насочуваат своите инвестиции на локации во различни држави или региони токму затоа за да ги искористат на државата, односно на претпријатието сопствените специфични извори, можности и искуства⁶⁶. Пред сè, во дејностите што бараат големо вложување на знаење и за кои се карактеристични брзите технолошки промени, се гледа стремеж кон востановување подружници, односно претпријатија-ќерки на повеќенационалните друштва на помали географски области, најчесто во близина на постојните локални (домашни) претпријатија, со кои често тесно соработуваат.

Исто како и за помалите претпријатија, така и за повеќенационалните друштва, близината на други претпријатија значи предност, а може исто така да се заклучи и дека постоењето на грозд од претпријатија за одредена локација претставува значаен придонес кон нејзината привлечност за потенцијалните инвеститори⁶⁷.

Географската конкуренција е една од поважните карактеристики на ширење на стопанските активности во државите во развој. Додека некои стопанства (на пример, таканаречените Азиски тигри) доживеаја брз стопански развој, индустрискиот развој на други воопшто не влијаел⁶⁸. Venables како клучна детерминанта на предност на географската локација ја наведува олеснетата интеракција со останатите стопански субјекти – со купувачите, снабдувачите, па и со изворите на информации и технологии. Слично, на улогата на снабдувачите, деловните партнери и коалиции од аспект на способноста на претпријатието за иновации кои овозможуваат одзив на брз технолошки напредок и придружувачките барања на пазарот, предупредува и Hamel⁶⁹.

Динамичкото значење на конкуренцијата што се темели врз иновации и барања на стратегиски разлики, при определувањето на значењето на локациите

⁶⁶ Dunning John H., Regions, globalization, and the knowledge economy: The issues stated. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 20

⁶⁷ Nachum Lilach, Keeble David: Localized clusters and the eclectic paradigm of FDI: film TNCs in Central London. Transnational corporations, Geneva, 9, 2000, стр 2

⁶⁸ Venables Anthony J.: The Assesment: Trade and location. Oxford Review of economic policy, Oxford, 14 (1998), стр 2

⁶⁹ Hamel Gary: Leading the revolution. Cambridge; HBS Press, 2001, стр 88-94

во современата економија го нагласува и Porter⁷⁰. Поради поширока понуда на производните фактори од различни локации, поефикасни пазари и паѓање на факторската интензивност на производството, конкуренцијата постојано и повеќе се заснова врз поврзувањето со купувачите, снабдувачите и различните институции. Токму тие врски придонесуваат како за продуктивноста и ефикасноста, така и за иновативноста. Продуктивноста и ефикасноста, со кои претпријатијата (странски и домашни) на определена локација ги извршуваат своите активности, пак, се основа на стопанската успешност на одредена локација. Porter ги поставува влијанијата на локацијата врз конкуренцијата во модел на четири меѓусебно поврзани елементи, графички прикажани како дијамант. Тие ги вклучуваат односите кај производствените фактори (нивната ефикасност, квалитет, специјализација), односите кај побарувачката (купувачите на финални и меѓупроизводи можат да ја поттикнат иновативноста во претпријатијата), претпријатија во потпорните (снабдувачи) и сродни дејности, како и интензивна конкуренција на другите претпријатија на одредена локација, бидејќи токму таа би требало да ги поттикнува соодветните облици на инвестиции и надградбата на активностите⁷¹.

Знаењата и вештините потребни во производствениот и иновацискиот процес, често не е можно едноставно да се кодираат и да се пренесуваат. Како што нагласуваат Becattini и Rullani⁷², често се потребни комплексни, дури и неопределени или потешко опишувачки вештини кои можат да се добијат само со непосредно искуство, со повторување на одделни активности или со набљудување на индивидуалното или групно ниво. Тие вештини се поставени во определен географски простор, кој има своја историја и општествени односи со повеќе или помалку моќниот локален идентитет.

Присутноста на претпријатијата, снабдувачите и институциите на определена локација создава потенцијал за создавање економска вредност, но не

⁷⁰ Porter Michael E.: On Competition. Boston: Harvard Business School Press, 1998, стр 209-210

⁷¹ Porter Michael E.: On Competition. Boston: Harvard Business School Press, 1998, стр 211

⁷² Becattini Francesco, Rullani Enzo: Local systems and global connections: The role of knowledge. Cossentino F., Pyke F., Sengenberger W., eds., Local and regional response to global pressure: The case of Italy and its industrial districts. Geneva: International Institute for labour Studies, 1996, стр 196

обезбедува нејзина вистинска реализација. Теоријата на деловните гроздови се занимава, пред сè, со влијанијата на географската близина на економски поврзаните претпријатија и институции на специфична локација врз конкурентноста. Поради близината на претпријатијата и институциите, се формира некаков облик на заедница во која расте бројот и интензитетот на интеракциите. Тие во успешните гроздови прераснуваат во трајни врски меѓу поединците, претпријатијата и институциите, а меѓусебните односи, пак, можат значително да влијаат врз продуктивноста и иновативноста⁷³.

Иновациите во производи и во процеси се засноваат врз новите идеи, а создавањето нови идеи е општествен процес за кој се значајни и меѓусебните расправи. Од тој аспект, географската близина значително влијае врз иновативноста на поединците. На поединците им овозможува интеракција на општествено, политичко и економско ниво, а со тоа и развој на колективниот идентитет, што отвора можности за трајна соработка на организациите (претпријатија и институции) во индустриската средина⁷⁴.

2.1.2. ЕУ- институции за поддршка на кластерингот

Кластерингот како инструмент за зголемување на конкурентноста на компаниите се покажа како многу успешна алатка. 38% од вработените во ЕУ работат во индустрии што се регионално концентрирани во кластери. Студиите покажуваат дека компаниите во кластерите постигнуваат повисоко ниво на продуктивност и иновативност и дека кластерите се средина каде што новите фирми прикажуваат повисок степен на опстојување и растеж.

Трајно заздравување од глобалната економска криза од Европската унија бара постигнување напредок базиран врз конкурентност и реализирање на плановите што се зацртани во Европската стратегија 2020. Кластерите можат да бидат значаен фактор во дизајнирање и имплементација на Стратегијата. На

⁷³ Porter Michael E.: On Competition. Boston: Harvard Business School Press, 1998, стр 225-226

⁷⁴ Best Michael H.: The new competition: institutions of industrial restructuring: Cambridge: Polity Press, 1990, стр 235-237

европско ниво постојат следниве структури во функција на спроведување на мерките и активностите од Стратегијата:

- Европска група за кластерски политики
- Европска алијанса на кластери
- Европска иницијатива за извонредност на кластерите
- Европска опсерваторија за кластери
- Кластерско партнерство – платформа за соработка

Од Европската група за кластерски политики (ECPG) се бара да развие политики и препораки за новата фаза од кластерските напори низ Европа, базирани врз значајните искуства стекнати во последните години. Препораките на ECPG се базирани врз три главни принципи и осум предлози за акции. Трите принципи ја објаснуваат улогата на кластерските програми во севкупниот микс на политики и природата на кластерските програми. Осумте акциски предлози ги преведуваат овие генерални принципи во повеќе конкретни сугестии за специфични нови политики за акција.

Шема бр. 4 : Европската група за политики за кластеринг



Извор:

www.europe-innova.eu/web/guest/cluster-cooperation/overview

Европската група за политики за кластеринг (European Cluster Policy Group – ECPG) е формирана со одлука на Европската комисија на 22 октомври 2008 година, како еден од главните елементи за изнаоѓање можности за јакнење на квалитетот на кластерските програми низ Европа. Групата од 20 независни експерти беше задолжена „да го унапреди разбирањето за модерните политики што се одговорни за создавање кластери од прва класа (cluster excellence) и да даде препораки за подобро дизајнирање на кластерските политики во Унијата“.

Групата во својот состав има експерти со најразлично искуство (членови од универзитети, -аедницата и владини претставници) и добива додатни импулси од надворешни експерти.

Во последните 18 месеци ECPG- групата има одржано четири средби. По барање на Комисијата, групата се фокусира на следниве активности:

- Поддршка за меѓународна соработка меѓу кластерите
- Улогата на кластерите за развојот на растечките индустрии/услуги
- Напори за зголемување на изврсноста на кластерските политики и кластерските организации и
- Начини за креирање подобра синергија меѓу инструментите на заедницата со кластерски димензии.

Трите принципи им обезбедуваат на креаторите на политиките во ЕУ да дефинираат специфични акциски политики. ECPG целосно препорачува осум акции како значаен чекор за имплементирање на идните чекори на кластерските политики на ЕУ.

Принцип А: Кластерските програми треба да бидат лостови со силни ефекти за јакнење на рамковните услови.

Принцип Б: Јавната поддршка за кластерските програми треба да е базирана на кластерските способности и желбата за унапредување на полето на глобалната конкурентност.

Принцип В: Кластерските програми треба да бидат испорачани во интегрирана рамка со јасно одредување на улогите и одговорностите за Комисијата и земјите-членки на ЕУ.

Осумте акции се следниве:

1. Дефинирање на конкурентноста како приоритет за финансирање во ЕУ-буџетите
2. Зголемување на рамковните услови поврзани со кластерите
3. Проверка на профилите на актуелните приматели на ЕУ-фондови и на ниво на земји-членки
4. Охрабрување на подобри кластерски програми на ЕУ-ниво и на ниво на земјите-членки
5. Насоки на ЕУ-фондовите за кластери за креирање унифициран сет на административни процедури
6. Унапредување на координацијата на кластерските програми преку DGs (генерални директорати)
7. Институционализација на снабдувањето на кластерската база на податоци со знаење
8. Зголемување на европската платформа за кластерска соработка.

2.1.3. Извонредност во менаџментот на кластерите

Во последните неколку години се води опфатна и интензивна дебата околу развојот на деловните мрежи и кластерите и нивната важност за регионалната конкурентност. Акцентот се става на различни аспекти, како, на пример, воспоставување и натамошен развој на ефикасна структура во мрежите, областите на дејствување на менаџментот, внатрешните процеси на комуникација, или компонентите на јавно финансирање и поддршка од страна на воспоставувачите на правилата на игра во деловната рамка. Фокусот сè уште е на специфичните можности за мерење на поддршката во корист на мрежата или кластерите вклучени во неа за таканаречените услуги во мрежата. Се поставува прашањето што е специфично за услугите во кластерите или мрежите. Практиката покажува дека успехот на мрежата или кластерот главно зависи, меѓу другото, и од

перформансите и особено од додадената вредност во менаџментот во мрежата/кластерот понудена на заинтересираните партнери. Претпријатијата се особено типично активни во мрежите и кластерите ако се одвоени од интензивната соработка, овие таргет групи може да профитираат од јасно комуницирана додадена вредност. Ова станува особено важно ако пристапот кон мрежата/кластерот чини пари. Во тој случај, трошоците на здружението треба да бидат соодветни (изедначени) со повеќекратни мерки на поддршка и понуда.

Менаџментот на услугите во мрежата може да биде виден како многу важен инструмент во делот на мрежата/кластерот, како способност за генерирање на потребната додадена вредност што е посакувана од страна на членките. Во тој поглед, мора да се направи разлика меѓу класичните услуги од една страна, и новите високоинновативни услуги, од друга страна. Класичните услуги се добро познати и тие треба да се нудат од страна на менаџментот на кластерот доколку за нив има интересирање меѓу членките на кластерот. Овие услуги вообичаено се од типот на работилници, организирани патувања и средби, списанија, публикации итн. Успешен менаџер треба добро да знае за какви услуги се заинтересирани неговите членки, а за кои нема интерес. Успешните мрежи и кластери треба да се карактеризираат со тоа што, покрај стандардните, тие нудат и лепеза на интересни иновативни услуги. Замислата е да се понудат услуги што ќе бидат во согласност со потребите и тие успешно да се имплементираат. Ваквата услуга што би била високоприфатена од членките, ќе резултира во создавање поблиски врски во самата мрежа.

Но, како овие иновативни услуги во мрежата би требало да изгледаат? Што треба да се земе предвид при развивањето понуда на вакви услуги или кои теми во мрежата се соодветни за да се понуда на вакви услуги? Може да се каже дека нема стандардно применливо решение, кои услуги примарно да се приспособат кон практичните потреби и тие во голема мера зависат од структурата на мрежата и потребите на мрежата. Сепак, постојат неколку аспекти кои базично треба да се земат предвид кога се развиваат и се имплементираат и кои одговараат на повеќе мрежи и кластери. Тие се: персонални услуги (маркетинг на професионалци,

регрутирање кадар), базични и напредни тренинзи (поврзани со промовирање млади таленти, таленти и технички компетенции, клучни квалификации), финансирање на иновации и стартап, т.е. брзорастечки компании (ризичен капитал, спонзорство, патентно право, семинари за менаџмент), односи со јавноста (претпоставки за односи со јавноста меѓу членовите на мрежата, развој на пазарни анализи, финансиски инструменти, изнаоѓање домашни и меѓународни партнери за соработка).

2.1.4. Придвигување од вмрежувач кон бизнис-интегратор

Развојот на кластерите денес се гледа како на еден од најважните двигатели за поддршка на иновативноста и конкурентноста меѓу компаниите. Како последица на тоа, регионите и државите низ целиот свет се фокусираат на јакнење и раст на конкурентскиот потенцијал на нивните кластери. Многубројни инструменти се користат за јакнење и развој на кластерите. Тоа вклучува меѓу другото и вмрежување и делење на искуството меѓу заинтересираните страни во рамките на кластерот, заедничко брендирање, надградба на вештини и привлекување таленти и директни странски инвестиции. Бидејќи сиве овие мерки се особено важни и потребни во раната фаза од развојот на кластерите, тие треба да бидат дополнети со повеќе стратегиски алатки за развој на иновативниот потенцијал на кластерите на долг рок.

Кластер фасилитаторот, кластер менаџерот и кластерската организација, сите тие играат витална улога во трансформацијата и ревитализацијата на кластерите. Овие треба да работат како агенти за промена, потенцирајќи ги потребите од промена и промоција на иновативни алијанси за соработка меѓу вклучените страни (партнери) во кластерот. Тие треба да акумулираат длабоко знаење за кластерингот и предизвиците на глобализацијата, пред кои се исправени кластерите. Исто така, тие имаат потреба од способност за работа и примена на податоци и факти како инпут во нивната стратегиска работа и да имаат способност за „градење мостови“ кон другите кластери - на регионално,

национално и меѓународно ниво - кое со тек на време може да промовира нова соработка и иновативни алијанси меѓу компаниите во кластерот.

2.1.5. Развој на стратегија на кластерот и анализи на вредносниот синџир

Менаџирањето со кластерските организации оди исто како менаџирањето со организациите. Тоа подразбира посредништво и фасилитирање (олеснување) на односите меѓу многубројните организации – членки на кластерот. Секоја од членките на кластерот има своја сопствена агенда и клучен предизвик за менаџерот на кластерот е сите тие агенди да се содржани во заедничката агенда на кластерот, во заеднички цели и колективни активности, дека конфликтот на интереси е надминат и дека релевантните организации ја гледаат доволно јасно додадената вредност од нивното учество во активностите на кластерот. Последично, менаџерот на кластерот заслужува специфично внимание на себе самиот.

Најнапред е потребно да се дефинираат визијата, мисијата на менаџментот, да се развие стратегија како визијата да се достигне преку мисијата, користејќи ги алатките содржани во стратегијата, да се дефинираат целите, клучните индикатори за перформансите, како и клучните неизвесности (предизвици). Потоа се преминува на дизајнирање на активностите, платформата за комуникација, системот за мониторинг и евалуација и договорите со заинтересираните страни.

Развојот на стратегијата на кластерот се однесува на долгорочниот акциски план во функција на реализација на визијата на кластерот. Стратегијата на кластерот обично ги покрива следниве шест елементи:

- *Правец:* каде сака кластерот да стигне долгорочно
- *Опфат:* кои се клучните активности на кои кластерот треба да се фокусира

- *Конкурентска предност*: кои се клучните јаки страни на кластерите како тие би можеле најдобро да се искористат
- *Ресурси*: кои ресурси (на пример: вештини, финансии, односи, технички компетенции, фасилитатори т.е. олеснувачи) се потребни за реализирање на визијата на кластерот
- *Амбиент*: кои надворешни фактори влијаат врз развојот на кластерот (на пример: политички, економски, правни аспекти)
- *Заинтересирани (вклучени страни)* - кои се вредностите и очекувањата на клучните вклучени страни во кластерот и како тие може да влијаат врз развојот на кластерот

Синцирот на вредности опишува цел спектар од активности, што е потребно да се развијат во процесот на обликување на производот, производството и истражувањето, до крајна употреба од страна на купувачите. Во секој од споменатите делови на синцирот се наоѓа цел спектар од активности, кои посебно или заедно се надоврзуваат на друг синцир на вредности⁷⁵.

Конкурентската предност на претпријатието се одразува преку тоа како поединечното претпријатие ја изведува дадената активност. Овие активности ги разделуваме на продажба на производот, набавка на материјалот, истражување, продажни активности, управување со човечки ресурси, финансиски и други активности, кои се изведуваат за постигнување резултати во работењето.

Вредноста што ја достигнува претпријатието се изразува преку бројот на купувачите, кои се спремни да платат за производот или услугата, што претпријатието ја произведува. Претпријатието има конкурентска предност ако дадените активности ги изведува подобро или поевтино од конкуренцијата. Тоа се постигнува со усвојување нови постапки, нови производи или воведување нови технологии.

⁷⁵ Kaplinsky Raphael: Integrating SMEs in global value chain, UNIDO, 2001, стр 28

Шема бр. 5: Портеров синџир на вредности⁷⁶



Активностите што се изведуваат во претпријатието не се независни. Тие се меѓусебно поврзани и зависни. Тие поврзувања настануваат кога изведбата на една активност влијае врз цената и квалитетот на другата изведена активност. Портер ги групира активностите во претпријатието на главни и помошни (види Шема бр. 5). Примарните активности се сите оние што непосредно остваруваат вредност за купувачот. Конкурентската предност на претпријатието произлегува од многу активности што се изведуваат во претпријатието. Тоа се активности што се изведуваат во врска со обликувањето на производот, неговото производство, со истражувањето, физичката дистрибуција, продажни активности и слично. Со анализа на определен синџир на вредности утврдуваме како тие активности остваруваат вредност и што ги одредува нивните трошоци. Од одвивањето на тие активности и економичноста на претпријатието зависи колкави ќе бидат релативните трошоци во однос на конкуренцијата.

⁷⁶ Bergman, Edward - Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications, 2003

2.1.6. Развој на иновативни алатки и иновации во бизнис-мрежата

„Иновацијата е клуч за зголемување на конкурентноста и растот кај фирмите. Таа има централна улога во решавањето на најважните денешни општествени предизвици, како што се климатските промени, безбедните енергии, ефикасноста во искористувањето ресурси и демографските промени“.

Иновативноста е процес на креирање или унапредување на производ, процес или институција за генерирање додадена вредност. Ова ги опфаќа технолошките иновации, но исто така и оние што се фокусираат на нови менаџмент/маркетинг-техники, усвојување нови синџири за набавки или логистички канали и унапредени приоди за комуникации и медиуми. Иновациите може и мора да се случат во секој сегмент од општеството, не само во полето на технологиите, и покрај тоа што технологијата настојува да ги води иновациите и во другите полиња.

Поголема посветеност и јакнење на иновациите е содржано во документот: „Стратегија Европа 2020“. Приоритети во Стратегијата се:

- Паметен раст (развој на економија базирана врз знаење и иновации)
- Одржлив раст (промовирање на економија базирана врз користење на ефикасни извори на енергија, зелена и поконкурентна економија)
- Поттикнување на економијата со висока стапка на вработеност (ќе генерира економска социјална и територијална кохезија).

Многу од постојните кластери се повеќе групи компании отколку иновативни системи. Бизнисите се лоцирани заедно, но тука има ограничена интеракција меѓу компонентите кои се делови од еден кластер и ограничени интеракции меѓу организациите кои ги вклучуваат компонентите на кластерот.

Кај групите отсуствува социјалниот капитал (инвестиции во градење персонални релации) што води кон недостаток на доверба. Како резултат на тоа, имаме кластер што не функционира добро и каде што имаме ограничена циркулација на премолчано одобрување и ограничен развој на високоспецијализирани компетенции.

Претрупаноста со јавно фондираны агенции што имаат различни агенди во поддршката на јадрото и поддршката на фирмите, може исто така да ги ограничи длабински главните компетенции на кластерите.

Кои се карактеристиките на еден иновативен кластер?

Еден иновативен кластер со високи перформанси треба да има:

- Широка согласност низ кластерот за ограничувањата и можностите
- Истовремена соработка и конкуренција меѓу фирмите: култура на соработка преку натпревар
- Способност за колаборативен ангажман
- Желба и способност за брзо придвижување надвор од стратегијата во акција
- Тесно регулирање (центрирање/позиционирање) меѓу четирите елементи на кластерот.

Како може да се придвижиме од тромост и неред кон иновативен кластер?

Основна заложба треба да биде приодот во негување на конкурентноста за отстранување на изолацијата на индивидуалните стејкхолдери во кластерот и нивно вградување во еден интегриран холистички (сеопфатен) систем, преку:

- Вложување напори за развој на мултиплицирани врски во компонентите на кластерот и меѓу нив.
- Поттикнување развој на врските надвор од кластерот
- Потпомагање на градењето целосна поддршка од страна на владата за јадрото на кластерот и за компаниите
- Да се осигури широка прифатеност на стратегијата на кластерот и рани акции со водство на приватниот сектор.

Да се тренираат фасилитаторите (олеснувачи/координатори) кои ќе ја обезбедат потребната неутралност за да се држат заедно сите стејкхолдери во кластерите и однапред да се воспостави агенда.

2.1.7. Комуницирање и брендирање на кластерот

Брендирањето е поврзано со откривањето и комуницирањето на значењето на бизнисите и она што го испорачуваат компаниите до нивните купувачи (потрошувачи). Брендирањето на самиот кластер и/или организација е силна алатка. Самото брендирање на кластерот зависи од степенот на неговиот развој, т.е. од неговата зрелост.

Успешната имплементација на стратегијата која ги вклучува иновативните кластери, зависи од користењето на методологијата дизајнирана да генерира резултати. Методологија која е конзистентна со меѓународните најдобри практики и нејзината примена е проверена во растечките пазари во светски рамки, вклучува:

- **Развој на кластери** – типично, еден иновативен кластер вклучува јавен и приватен сектор, како и претставници од академскиот сектор, медиумите и соодветни организации (на пр. невладини организации). Иновативните кластери се типично free-flowing/слободни течечки ентитети кои се потпомогнати од менаџер на кластерот, но не се фокусирани на хиерархиска структура.
- **Обуки за членовите на кластерот** – членовите на кластерот треба да бидат обучени за кластерките методологии, структурата, донесувањето одлуки и за други аспекти на управувањето.
- **Развој на стратегија** – развојот на иновациската стратегија мора да вклучува членови од јавниот, приватниот, академскиот сектор, како и цивилното општество. Додека не се развие кохезивна стратегија, другите елементи од методологијата не можат да се имплементираат. Стратегијата треба да вклучува фокус на целните сектори каде што иновациите може да ја направат земјата конкурентна и задолжително просперитетна. Стратегијата треба континуирано да се прочистува, што значи постојано да е свежа и иновативна.

- **Развој на работен план** – работниот план треба да се состои од специфични активности што се фокусирани на целните области во рамките на стратегијата. Мониторинг и евалуацискиот план треба да се поврзани со работниот план.
- **Имплементирање на активностите** – активностите содржани во работниот план треба да бидат иницирани и спроведени во временска рамка.
- **Развој на бренд** – преку внатрешни и надворешни маркетинг активности, кластерот треба да гради бренд, како внатрешно, така и надворешно. Тоа треба да стане највидлив механизам за постигнување просперитет во секој од таргетираните сектори.
- **Евалуирање на резултатите** – споредување на кластерските постигнувања со неговите целни планирани влијанија треба да се утврдат: а) валидност на стратегијата; б) некој расчекор што не е евидентиран за време на подготовката на стратегијата; в) колку иновации се интегрирани во кластерот и г) кои модификации во стратегијата треба да се направат во насока на освојување „на моментумот“ и искористување на иновативниот приод.

2.2. Евалуација на кластерските политики и програми во Република Македонија

Државите за изведување на политиките за поттикнување на претприемаштвото користат различни алатки/инструменти. Во првата фаза е потребно да се идентификуваат постојните или потенцијалните деловни гроздови во регионот, нивните предности и слабости. Идентификацијата се изведува со собирање статистички информации, што овозможува споредба меѓу регионите и

гроздовите⁷⁷. Збирните информации се употребуваат за креирање на политиките за поддршка на гроздењето.

Воспоставувањето дијалог меѓу приватниот и јавниот сектор се изведува низ различни облици на организирање (јавни установи, конференции, одбори, форуми, собири). Претпријатијата низ овие облици на дијалог влијаат врз одлучувањето и политиката на државата. Државата го поттикнува поврзувањето на претпријатијата преку поддршка за воведување технички менаџмент за промени, кој води до подобрување на положбата на претпријатијата на пазарот.

Најрелевантната политика на Владата на Република Македонија во врска со кластерите е соопштена во документот на Министерството за економија, под име Индустриска политика на Република Македонија за период 2009 - 2020. Во овој документ е наведено дека: ***проактивната индустриска политика ќе ја охрабрува ориентацијата на нашето стопанство кон производи и услуги со повисока додадена вредност и базирани врз знаење, иновации и соработка.***

Иднината на македонското стопанство се гледа во развојот на способностите за применети истражувања, а соработката во кластери и деловни мрежи е наведена како една од петте детектирани области на интервенција со кои ќе се забрзува развојот на македонското стопанство во периодот до 2020 година.

Како специфични мерки што ќе се спроведуваат во областа на поддршка на кластерите и поврзувањето, се наведени:

- Натамошен развој на свеста за предностите на кластерингот
- Поддршка на анализи на кластерите и на деловните врски и развој базиран врз конкретни акциони планови
- Поддршка на процесите на поврзување низ синџирот на вредности
- Мрежи на центри за истражување и развој и нивна врска со индустријата

⁷⁷ Пример “Cluster Mapping” проектот, што го изведува Harvard Business School кој опфаќа 40 држави со повеќе од 200 различни деловни гроздови. Збирните податоци овозможуваат споредба меѓу поединечните гроздови. – URL: <https://secure.hbs.edu/isc/login.do?http://data.isc.hbs.edu/isc/index.jsp>

Очекувани резултати од интервенцијата во оваа област се:

1. Имплементацијата на мерките во кластерингот и мрежното поврзување ќе придонесат за подобрување на разбирањето на позитивните ефекти од кластерингот и мрежното поврзување за македонската индустрија
2. Владината поддршка на кластерингот и мрежното поврзување ќе се појави низ јавноприватниот дијалог, кој ќе биде корисен за јавниот и за приватниот сектор за подобро да се надминат предизвиците за соработката
3. Имплементацијата на мерките на политиките (поддржани од Владата, како и другите донатори, ЕУ-програми и фондови) ќе придонесе за создавање кластери како основа за нивни натамошен развој на кластери базирани врз иновации.

За имплементација на успешна индустриска политика, потребен е консензус на национално ниво и интердисциплинарен пристап, односно заедничко водење на политиките за развој на две нивоа, и тоа:

1. на ниво на министри (Комитет за конкурентност) и
2. на ниво на меѓуминистерска експертска работна група - тело за дијалог и заедничко развивање на усогласена индустриска политика.

2.2.1. Дефинирање на индикатори за мерење на успешноста на кластерските здруженија

На глобалната мапа на бизнисите, доминацијата на географски концентрирани групи компании и сродни и поврзани бизниси е во постојан пораст. Овие групи се наречени индустриски кластери, кластери на знаење или, едноставно, кластери. Интеракциите меѓу компаниите, образовните институции и јавниот сектор придонесуваат за креирање нови работни места, поголеми плати и профит. Ефектите се резултат на кластерите што се поимаат како основоположници на иновациите и конкурентноста.

Голем број меѓународни студии ги презентираат резултатите што идентификуваат дека кластерите имаат позитивно влијание врз иновациите и економскиот растеж. Во светлината на ова знаење, голем број земји и региони го прифаќаат концептот на кластеринг и работата на развојот на кластерите преку иницијативи, програми или специфични кластерски политики за иновации. На европско ниво, Европската комисија ја превема улогата на обраќање преку информирање и вмрежување за потребите на своите земји-членки и го потпомага градењето на знаењата за оваа тема.

Како одговор на различните барања за поширока основа на податоци за формулирање на политиките за кластеринг, Европска комисија - генерален директорат – претпријати и индустрија предложи работна област фокусирана на мерењата на економското влијание на кластерските политики. Работната област вклучува голем број активности: идентификување експерти, одржување работилници за презентирање на најразлични примери на добра практика и опишување на примерите на добра практика користејќи заедничка рамка.

Елаборирањето на концептуално заснован и лесно повторлив сет на индикатори за оценување (мерење) на моменталната состојба и идниот изглед за развојот на кластерите е значајна помош и за креаторите на политиките и за кластерските застапници. Во литературата постојат голем број методи и техники за анализирање на кластерите, но нема стандардизиран приод, така што постојат многу предизвици во приспособувањето на приодите за анализи на појавите на новите и постојните кластери, особено во секторите со високи технологии.

Ќе се обидам да претставам скромна генеричка рамка што вклучува 6 синтези и 34 варијабли и ќе го објаснам начинот на користење на оваа рамка во анализите за кластерите. Рамката и методологијата се проверени во анализата на кластерите и се брзи, конзистентни и ефективни во однос на трошоците.

Првиот заклучок е дека знаењето за кластерите сè уште е високофрагментирано, многу описно, честопати квалитативно и неуверливо во многу точки.

Ако кластерите се негуваат низ јавните политики и приватните секторски иницијативи, се јавува потреба од систематско разбирање на факторите што придонесуваат за креирање и развој на кластерите и факторите што ќе влијаат врз успехот или падот на кластерите и кластерските политики. Квантитативните индикатори на двете се присутни и се однесуваат на нивото на развој на кластерот и се неопходен услов за нивно разбирање. Сè уште многу од анализите и работите поврзани со развој на политиките се однесуваат на различен начин на квантитативни мерења што оперираат во широка различна концептуална и просторна скала.

Елаборирањето на концептуално заснован и лесно повторлив сет на индикатори за мерење на моменталната состојба и идните истражувања за развојот на кластерите е значајна помош и за креаторите на политиките и за кластерските застапници што работат на ова поле.

Индикатори за кластерите

Анализите на кластерите овозможуваат прецизни и ефективни политики и менаџмент на интервенциите. Поимањето на кластерската внатрешна работа – компоненти, структура, процеси, рутини и развојни правци – е критично за поддршката на успешните кластери. Друго многу важно прашање што го заслужува нашето внимание е прибирањето и селектирањето на податоците/индикаторите. Науката, статистиката, мапирањето на кластерите, квалитативните интервјуа со актерите во кластерот и наменските истражувања во извесен степен имаат ограничувања:

- **Официјалната статистика** – Голем број статистички податоци се релевантни за кластерски анализи (на пр. инвестирање во истражување и развој, иновации, човечки ресурси, патенти, трошоци за нови технологии), но овие индикатори не се доволни од нивна страна затоа што се губи базичната структура и процесите што се исклучително важни

за да се разбере постоењето и дејствувањето на кластерите. На пример, синџирот на снабдување и напредните пазарни врски, партнерството, делењето на знаењето, социјалниот капитал и локалните извори на применето знаење не се рефлектирани во овие мерења. Уште повеќе, статистиките за наука, технологија и иновации (НТИ) се структурирани. Исто така, статистиките честопати се недостапни на регионално ниво на географска дисагрегација за малите кластери.

- **Мапирање на кластерите** - Честопати индексите базирани на НТИ статистики се користат за мапирање на постоење кластери. На пример, локацискиот количник (стапката на вработеност во регионална индустрија во однос на вкупната вработеност во индустријата на национално ниво) се заеднички користени за споредување на регионалните економии со други локации. Коефициент поголем од единица покажува висок степен на специјализација во активности што го вклучуваат кластерот во споредба со другите активности. Пософистицирана верзија на локацискиот коефициент е претставена при техниката на мапирањето на кластерите на Портеровиот институт за стратегии и конкурентност на Школата за бизнис Харвард. Проектот користел информации за бројот на вработените и платите до четирицифрена бројка од национална класификација на дејности (НКД), плус податоци за патенти од билансите на компаниите за да се идентификуваат клучните кластери во регионот со користење на корелацијата на вработените во индустријата низ различни географски области. Различен приод е користен од Бергман и Фесер, вклучувајќи инпут-аутпут табели за да се изработи темплејт на синџир на вредности на трговските партнери во рамките на регионалните економии за идентификување на кластерите.

Како и да е, сиве овие приоди ја делат секторската дефиниција и ограниченоста на географската дисагрегација на нивните фундаментални НТИ

статистики, правејќи ја нивната примена проблематична за малите кластери во областите со нови технологии.

- **Интервјуа** – Многу аналитичари забележуваат дека кластерите може да бидат проучувани со користење експертско мислење, самоидентификување или други квалитативни истражувачки техники, вклучувајќи детални интервјуа со широко меѓусекторско учество или етнографски извештаи за динамични кластери од водечки експерти. Примената на овие техники може да обезбеди богат увид во тоа како работат кластерите. Честопати оваа техника е користена за да се преземе детална студија за некој поединечен кластер, но неодамна беа развиени серија компаративни крос-кластерски студии, како Портеровата студија за САД- Совет за конкурентност и Иновативен систем за мрежа на истражувачи – национална кластерска студија од Канада од 2005 година. Сепак, тие се потпираат на мислења, а не генерираат квантитативни резултати и се интензивно истражувани.
- **Истражувања за фирми и иновативни актери** – Истражувачките техники често се применуваат во кластерските анализи за да генерираат сет од наредени податоци за кластерските динамики. Употребата на методите за истражување, како спротивставени на користењето на официјалните НТИ статистики споменати претходно, подразбира дека собраните податоци честопати не се сеопфатни, т.е. тие се од примерок, а не од целата популација. Исто така, недостатокот на стандардизација во дизајнирањето на истражувањата подразбира дека резултатите не можат да бидат лесно споредливи со студии спроведени од други истражувачи. Меѓутоа, прифатливиот дизајн на истражувањето подразбира дека кластерските анализи не зависат од постојните генерички извори на статистички податоци или категории – засегнатите страни може да бидат специјално таргетирани и собраните податоци може да бидат приспособувани кон специфичните области од интерес во кластерските анализи.

Национален истражувачки центар (НИЦ)

Националниот истражувачки центар треба да игра клучна улога во растежот на кластерите. Во функција на поддршка на владината визија за иновативност, комерцијализација и економски развој, НИЦ треба да развие технолошки кластерски иницијативи за да го поддржат растот на новите кластери. НИЦ артикулира четири цели за овие иницијативи:

- Креирање глобално конкурентско истражување и технолошка база за развој на кластерите на ниво на интересни заедници
- Поддршка на лидерството на заедницата, шампионите и стратегии базирани на знаење
- Работење со засегнатите страни за ставање во функција на финансирањето и новите инвестиции во заедницата на кластерите
- Стимулирање на појава на нови фирми, работни места, извоз и раст на инвестициите.

Преку приод базиран врз фокусот на заедницата, НИЦ и нивните партнери ги охрабруваат поврзаните кластери на иновативните фирми, поддржани од јаки истражувачки програми и помош за технолошки услуги. НИЦ истражувачките институти и мрежи се важни двигатели, држејќи ги локалните интереси заедно во групи на иновативни компании околу заедничка област од технологијата. Овие единствени кластери базирани врз технологии се фокусирани на поврзување на локалните и регионалните силни страни со националните и глобалните економски можности. Способноста да се мери еволуцијата на овие кластери е витална за планирање на континуирани активности на НИЦ.

Рамка на Националниот истражувачки центар

Националниот истражувачки центар треба да го следи напредокот на своите иницијативи за поддршка на барањата од Владата, да помагаат во планирање на

програмите и управување (менаџирање) на сегашните и идни иницијативи и да ја помага комуникацијата со засегнатите страни во кластерот (индустријата и локалните власти), како и централната власт. Националниот истражувачки центар треба да пронајде релевантни извори на податоци за поддршка на нивните планирања и изведба на мерење на активностите. Како што беше претходно споменато, повеќе различни методи и техники за анализирање на кластерите се препорачани во литературата, но нема стандардизиран приод и постојат голем број предизвици при анализирањето на кластерите што се појавуваат, како и на етаблираните кластери во различни индустриски сектори.

Табела 4 : Индикатори за мерење на успешноста на кластерите и кластерските политики

| Концепти | Изведувачи | Подизведувачи | Индикатори |
|-----------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Сегашни услови | Фактори | Човечки ресурси | Пристап до квалификуван персонал Локални извори на персонал |
| | | Транспорт | Квалитет на локалниот транспорт Квалитет на далечен транспорт |
| | | Бизнис-клима | Квалитет на локалниот стил на живеење |
| | Потпорни организации | Фирми за поддршка и иновации | Поврзани трошоци Поврзани регулативи и бариери |
| | | Поддршка од заедницата | Придонес на Националниот истражувачки центар |
| | | Снабдувачи | Придонес на други организации за истражување и развој |

| | | | |
|----------------------------|----------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Конкурентна средина | Локални активности Капацитет на фирмите | Владина поддршка и програми Локални организации за поддршка Шампиони во заедницата Пристап до материјали и опрема на локално ниво Пристап до услуги на локално ново Пристап до капитал на локално ниво Оддалеченост од конкурентите Оддалеченост од купувачите Капацитет за развој на бизнис Капацитет за развој на производ |
| Сегашни перформанси | Значење | Критична маса Одговорност | Број на фирми во кластерот Број на spin-off/брзорастечки фирми Големина на фирмите во кластерот Структура на фирмите Одговорност на фирмите |
| | Интеракции | Досег Идентитет Поврзаност | Извозна ориентација Внатершна свесност Надворешно распознавање Локална вклученост Надворешна вклученост |
| | Динамизам | Иновации Растеж | Трошоци за (R&D) истражување и развој Поврзаност со иновативноста Приходи од нови производи Број на нови фирми Растеж на фирмите |

Животен циклус на кластерите и индикаторите

Поради фактот што се динамични системи, кластерите имаат свој животен развоен пат, кој може да се смести во четиристепен животен циклус:

Латентна фаза: Регионот има одреден број фирми и други актери што почнуваат да соработуваат околу главната/централна активност и реализираат заеднички можности преку нивните врски. Индикатори за латентните кластери би вклучувал мал број фирми, ниска внатрешна свест и надворешно препознавање на кластерските активности, како и неколку поврзувања меѓу засегнатите страни.

Развивање: Нови актери во исти или поврзани активности се појавуваат или се привлечени во регионот, развиени се нови поврзувања. Формални и неформални институти за соработка може да се појават, како „етикета” (како Силиконската Долина) и заеднички промотивни активности за регионот. Индикатори за кластерите во развој би вклучувале развојни врски, внатрешна свесност за регионалната јачина и други актери, како и високи иновации.

Етаблирање: Постигната е критичната маса. Релациите надвор од кластерот се зајакнати. Постои внатрешна динамика на креирање нови фирми низ start-ups / нови бизниси, joint venture / заеднички капитал и spin-offs / брзорастечки. Индикаторите за етаблираните кластери би вклучувале голем број фирми (повеќе од нив би биле spin-off на други организации, надворешно препознавање на кластерските предности, активни поврзувања и високи иновации.

Трансформација: Кластерите се менуваат на нивните пазари, технологии и процеси. Во функција на преживување, кластерите мора да ги одбегнат стагнацијата и распаѓањето. Трансформацијата може да биде низ промени во производите и методите или во нови кластери фокусирани на други активности. Во зависност од состојбата на трансформацијата, индикаторите може да се мешани.

Потребата од загриженост на играчите во кластерот ќе се разликува од степенот на развој на кластерот, исто така, може да еволуираат и кластерските политики.

2.2.2. Дефинирање на услови и тело за акредитирање на кластерите

Препораките кон Министерството за економија и стручните тела, кои беа дискутирани и произлегоа од Тркалезната маса што ја организираше Министерството во текот на октомври 2011 година, се следниве:

- За да се потенцираат важноста и значењето на кластерингот, да се изработи своевидна Национална стратегија за развој на кластерското асоцирање.
- Да се изврши детално мапирање на индустријата, да се лоцираат сите субјекти што имаат предиспозиции за формирање кластер и да се разработи програма за поддршка на оние иницијативи - индустрии што се усогласуваат со Националната стратегија за економски развој.
- Да се подготви курикулум за едукација наменет за произведување стручни профили – кластерски менаџери што ќе се стекнат со квалитетно знаење и вештини за а можат да се вклучат во кластерските процеси како модератори и предводници на одржливи кластерски асоцијации.
- Да се организираат дополнителни анализи на потребите за релевантни обуки во самите кластерски асоцијации врз основа на нивни конкретни потреби и да се формира буџет за поддршка на иницијативите за јакнење на интерните кластерски капацитети, но врз основа на претходно задоволени критериуми и докажана јасна стратегија за развој.

Клучни заклучоци на работната група, менторирана од проф. д-р Весна Стојанова, за дефинирање на процесот и телото за акредитација беа:

- Безрезервна согласност дека е потребно да се формира експертско тело за поставување критериуми и евалуација на апликации за регистрирање-идентификување и поддршка на кластерските иницијативи.
- Телото да биде составено од докажани експерти и да биде независно, кое би работело под посебен деловник и дискреционо право, чии одлуки ќе бидат прифатени и почитувани како од постојните и идните (кандидати за) кластери, така и од релевантните министерства и други државни институции и агенции. Потребно е во рамките на Министерството за економија да се отвори процес за формирање на ова тело и да се дефинираат сите аспекти од неговото работење:
 - Број на членови / до 5 члена заради обезбедување проточност и ефикасност во работењето.
 - Критериуми за избор и реизбор / докажани и независни експерти во својата област способни да вршат процена, да носат издржани одлуки и да ги аргументираат своите ставови. Да бидат избирани со мандат од најмалку 2 години со право на реизбор.
 - Начин на работа / да биде формирано под покровителство на Министерството за економија, да се состанува најмалку 2 пати годишно и по потреба доколку се појави одредена кластерска иницијатива (или да работи врз два годишни отворени повици за прибирање апликации на кластерски иницијативи).
 - Критериуми и форма за апликации / врз основа на предложените и прифатени критериуми, да се изготви апликација и да се обезбедат начини за проточно обезбедување на останатите релевантни податоци од надлежните институции (Завод за статистика, Царина, Народна банка на РМ, Управа за јавни приходи и др.)
 - Систем за евалуација / телото да изгради единствени скали на вредности и уедначени критериуми за евалуација на кластерските иницијативи што ќе произлегуваат од генерално поставените

индикатори - усогласени со националната индустриска политика, но кои ќе бидат адаптирани во насока на прифаќање на поголем број иницијативи.

- Носење одлуки / одлуките на телото да бидат полноважни и да имаат статус на конечност, а во негови рамки или да се носат со консензус или со обезбедено 2/3 мнозинство.
- Наградување и др. / за да се обезбеди нивната непристрасност и објективност, да се обезбеди финансирање на телото преку посебен фонд во Министерството за економија и дел преку котизација на потенцијалните кластерски иницијативи.
- Потребно е да се изврши јавна презентација на функционалните задачи на телото за акредитација на кластерските иницијативи и да се организираат подготвителни обуки за презентација на критериумите и начините за нивно достигнување за сите постојни или идни кластерски здруженија.
- Процесот на акредитација да се спроведе и за сите постојни кластери, при што ќе се изгради Национален регистар на акредитирани – признати кластерски здруженија што ги исполнуваат поставените критериуми, но овој процес да се евалуира секоја година преку спроведување на индикаторите за мерење на нивната успешност (да се следи и да се оценува развојот) како процес за реакредитација.
- Да се размисли за значењето за формирање на едно тело што ќе ги акцептира кластерските иницијативи, потреби и ќе биде одреден репрезент на заедничките кластерски интереси, како Кластерска федерација или Кластерска национална асоцијација (НКА) или, пак, доколку се рестартира Националниот совет за конкурентност, Советот да биде акцелератор на кластерскиот развој.
- Етаблирање на НКА е потребно за да се осигури координиран и одржлив развој на кластерските иницијативи во РМ врз база на информации,

знаење и концентрација на експертиза, застапување на кластерите пред Владата, насоченост кон препораките и политиките на ЕК.

- НКА - креира долгорочна и компетентна платформа за развој на кластерските иницијативи во Република Македонија и активно содејство за нивната интернационализација.

2.2.3. Евалуација на кластерските политики и програми во Република Македонија

Министерството за економија од 2009 година развива годишни Програми за поддршка и развој на кластерското здружување во Република Македонија.

Првата Програма за поддршка и развој на кластерското здружување во Република Македонија беше донесена во 2009 година со вкупен износ на средства од 2.200.000 денари. Со Програмата беа поддржани следниве активности:

- Изработка на каталог-карта и веб-страница на кластерите
- Обука за унапредување на менаџментот
- Регионално поврзување и вмрежување со кластерските асоцијации во регионот и ЕУ
- Организирање на Втората меѓународна конференција за кластери на тема: „Одржлив кластеринг - Принципи и успешни примери“.

Во Програмата за 2010 година, во износ од 2.500.000 денари, беа опфатени следниве активности:

- Изготвување Водич за кластерите (се испечати Водич на македонски и на албански јазик)
- Организирање семинари за подигнување на свеста за кластеринг
- Поддршка на проекти од кластерските здруженија.

Програмата за поддршка на кластерските здруженија за 2011 г., во износ од 3.000.000 денари, опфаќа:

- Организирање семинари за кластеринг
- Поддршка на проекти од кластерските здруженија

- Надградба на капацитетите на вработените во институциите за поддршка на кластерингот
- Организирање тркалезна маса на тема: Индикатори за успешен кластер
- Дефинирање на услови и тело за акредитирање на кластерските здруженија.

Во идниот период се планира да се поддржат активностите насочени кон поддршка на проекти на кластерските здруженија, со кои ќе се овозможи поттикнување на кластерското поврзување и економијата од обем. Заедничкиот настап на малите и средните претпријатија преку кластерите ќе овозможи намалување на трошоците за стратегиско планирање, маркетинг, обуки и влез на странските пазари. За да се поддржи развојот на кластерските иницијативи, ќе се продолжи со промовирање на Водичот за кластерите, кој е наменет за нивниот менаџмент. Ќе продолжиме со поддршка на организирање семинари за подигнување на свеста за кластерското здружување, поддршка на конкретни проекти поднесени од кластерите, зајакнување на капацитетите на кластер-менџментот, како и организирање дебати за индикатори за успешен кластер.

За зајакнување на технолошката соработка во рамките на кластерите, во рамки на секој кластер ќе се формира **Регистар на македонски компании со најголем капацитет за иновации и за истражување**. Во соработка со постојните кластери и согласно со претходно дефинирани критериуми, ќе се мери капацитетот на македонските компании способни да вршат истражувања, кои би се примениле во производствените процеси. Согласно со овие рангирања, ќе се гради соработката меѓу фирмите, универзитетите, факултетите и македонските иноватори.

Организирање обуки на ниво на кластер. Технолозите и инженерите на најдобрите 10 фирми од секој кластер и 5 иноватори од соодветната област ќе одржат предавање за практиките и новитетите во своето работење. Од своја страна, Владата во соработка со меѓународни финансиски институции **ќе финансира најмалку двајца регионални и европски реномирани предавачи** од областа за да одржат предавање за светските достигнувања.

За институционална поддршка на иновациите и истражувањето во Македонија, самостојно или во рамките на државните институции, ќе се формира Агенција за технологии и иновации. **Преку оваа агенција ќе се кофинансираат истражувачки проекти што имаат потенцијал да најдат примена во македонските компании, согласно со постојното ниво на технолошки развој.** На тој начин, средствата ќе се користат само за оние проекти што ќе можат да имаат практична примена и ќе ја подобрат конкурентноста на фирмите. На среден рок, со менувањето на структурата на македонската економија, ќе се кофинансираат проекти и во нови области. Агенцијата ќе соработува со кластерите при идентификувањето на компаниите што имаат најголем потенцијал за иновации. Во подоцнежната фаза од работењето на Агенцијата, покрај кофинансирање на технолошки иновации во индустрискиот сектор, ќе се финансираат истражувачки проекти и иновации за локален и развој на услужниот сектор.

Програмата ќе биде имплементирана во текот на 2011-2015 година со средства од буџетот на Република Македонија, воедно и донаторски средства, како и средства остварени преку проекти поддржани од Европска комисија.

Институција-носител на овој проект е Министерството за економија, кое во соработка со Агенцијата за поддршка на претприемаштвото на РМ (АППРМ), Агенција за странски инвестиции и унапредување на извозот на РМ (АСИПИ) и стопанските комори ќе овозможи реализација на активностите од Програмата.

2.2.4. Евалуација на кластерските здруженија во Република Македонија

Поврзувањето во кластери во Република Македонија беше иницирано од проектот МЦА или Македонска активност за конкурентност,⁷⁸ поддржан од УСАИД и реализиран во периодот меѓу 2002 и 2006 г. Мисија на проектот беше да помага на избрани македонски претпријатија да развијат и спроведат разновидни иницијативи што ќе ја зголемат трајно нивната конкурентност на домашниот, регионалниот и меѓународниот пазар. Македонска активност за конкурентност иницираше и почетно финансиски помогна пет индустриски кластери, и тоа: за јагнешко месо и сирење, за туризам, за информатичка технологија (ИТ), за вино и за текстил.

Овие кластери се формираа по принципот на самомапирање или оддолу нагоре, бидејќи процесот се одвиваше преку конкурс на УСАИД и поднесување апликации од страна на одделните сектори. Апликациите беа селектирани и оценувани од страна на тим експерти на УСАИД. Проектот помогна и при основањето на Националниот совет за претприемаштво и конкурентност (НСПК), трипартитно тело чии приоритети се подобрување на менаџерските способности, поголеми инвестиции и евроинтеграција на земјата. По завршувањето на овој проект, поддршката на кластерите и кластерингот ја презеде Министерството за економија. Ова министерство го потпомогна етаблирањето на неколку нови кластерски иницијативи.

Во декември 2007 г. Министерството за економија одржа регионална конференција за унапредување на кластерското здружување. На Конференцијата учествуваа претставници и поддржувачи на кластерингот од Словенија, Хрватска и Србија и нејзина цел беше да укаже на можностите за зголемување на конкурентноста на компаниите од регионот преку развивање капацитет за

⁷⁸ http://macedonia.usaid.gov/Macedonian/EG/MCA_n_mk.htm

меѓусебна соработка, следење на современите технологии и стандарди, како и регионално и меѓународно поврзување, производни методи, континуирана едукација и интегриран пазарен пристап.

2.2.4.1. Активности и достигнувања на постојните кластери

- **Кластер за јагнешко месо и овчо сирење.** Во овој кластер првобитно се собраа околу 70 претставници од оваа индустрија за да работат заедно на подобрување во процесот на производство и маркетинг за успешен пробив и директна продажба на јагнешко месо и сирење во супермаркетите низ ЕУ и во САД. Идејата беше да се освојат етничките пазари, односно пазарите што вршат набавка за дијаспората. Кластерот по завршувањето на МЦА проектот практично не успеа да ги продолжи активностите.

- **Кластер за туризам.** Иницијално го сочинуваа околу 60 македонски деловни субјекти од сферата на туризмот. Се организираа неколку промотивни тури за тур-оператори и странски новинари, а претпријатијата во кластерот работеа на стратегии за поврзување со водечки тур-оператори. И овој кластер практично замре со завршување на МЦА проектот.

- **Кластер за информатичка технологија.** Кластерот беше замислен да работи на промоција на Македонија како пазар за поддоговори за развој на софтвер, а врз основа на расположливоста на кадар и на релативно ниската цена на трудот. Овој кластер се покажува како мошне динамичен и може да служи како пример за успешна надворешна интервенција кога е надополнета со визија и желба за успех кај раководството на кластерот. Еден е од поуспешните кластери во регионот, а секако, најуспешен кај нас.⁷⁹

- **Фондација Тиквешки вински пат.** И овој кластер продолжи успешно да се развива и по завршувањето на проектот со кој беше основан. Неговата мисијата е да го подобрува квалитетот на македонските вина и да промовира извоз на

⁷⁹ <http://www.masit.org.mk>

пакувани вина со поголема цена, да организира маркетинг-кампањи и промоција на нашите вина. Кластерот го сочинуваат винарски визби, здруженија на лозари, институти за истражување, снабдувачи на опрема за производство на вино и донаторски организации.

- **Кластер за текстил.** Првобитно го сочинуваа 30 членки на Македонската асоцијација за текстил, со цел неговото организирање да помогне во напуштањето на лон-системот, воведување флексибилност на производството, обновување на локалното производство на ткаенини, развој на сопствен македонски дизајн и марки, како и привлекување странски директни инвестиции. Кластерот се осамостои од проектот МЦА во 2004 г. Така се формира ТТА-КТ, која денес има 70-ина активни членови, кои плаќаат членарина во здружението од кое добиваат најразлични видови услуги и поддршка. Кластерот има хоризонтална и вертикална структура, соработува со универзитети и странски кластерски асоцијации.

- **Кластер на дрвната индустрија** - брои над 100 преработувачи на дрво и мебел. Повеќето мали и средни претпријатија од дрвната индустрија не можат да одговорат на пазарните предизвици поради лошата техничка и технолошка опременост и од кластерот се очекува да помогне во решавање на овие прашања и во промоција на извозот на мебел.

- **Кластер за преработка на овошје и зеленчук** - дејствува во индустрија која е 90 проценти извозно ориентирана и ефектите на кластерското работење треба директно да ја зголемат конкурентноста додавајќи вредност на преработките од зеленчук и овошје извезувани на странските пазари. Цел на кластерот е да помогне во препознатливост на нашите производи според географското потекло, како специфичен македонски бренд.

- **Кластер за моден дизајн.** Лоциран е во Скопје, ги обединува модните креатори од Македонија во подготовката на нивните колекции и во настапот на странски пазари. Општа е оценката дека се работи за мошне динамичен и атрактивен кластер, чии потенцијали, и покрај тоа што е релативно мал, се проценуваат како исклучително големи. Целите на кластерот се ширење на свеста

за вредноста на модата, афирмација на македонската мода, ширење на модната култура, воведување технолошки новини и модерна едукација за дизајн.

- **Кластер за приклучна земјоделска механизација** е лоциран во регионот на Пелагонија и е сочинет од мали и средни претпријатија производители на ваков вид опрема. Кластерот соработува со Техничкиот факултет на Универзитетот во Битола, има голем потенцијал и допрва се очекува да се развива.

- **Кластер за автомобилска индустрија.** Ова е најнов кластер, регистриран во ноември 2008, има голем потенцијал, но неговите ефекти ќе треба допрва да се очекуваат. Кластерот користи финансиска и логистичка поддршка од ГТЗ за своето етаблирање.

2.2.4.2. Анализа на степенот на зрелост на постојните кластери

Во однос на оценката на степенот на зрелост на постојните кластери, видна е извесна диспропорција во развојот. Во прва линија се етаблираните кластери, како кластерот за ИТ, кластерот за текстил, кластерот за вино. Во втора линија се кластерите во почетен развој, како кластерот за дрво, кластерот за храна, кластерот за мода, кластерот за земјоделска механизација и кластерот на автомобилската индустрија. На најниско ниво и практично не дејствуваат, кластерите за јагнешко месо и сирење и туризам, како што е прикажано во Табела 5.

Табела 5: Кластерите во Македонија според нивото на развој

| Кластер | Ниво на развој |
|-----------------------------|-----------------------|
| Јагнешко месо и овчо сирење | Нулто ниво |
| Туризам | Нулто ниво |
| Информатичка технологија | Етаблиран |
| Вино - Тиквешки вински пат | Етаблиран |

| | |
|---------------------------------|--------------|
| Текстил | Етаблиран |
| Дрвна индустрија | Почетен раст |
| Преработки на овошје и зеленчук | Почетен раст |
| Моден дизајн | Почетен раст |
| Приклучна механизација | Почетен раст |
| Автомобилска индустрија | Почетен раст |

Спонтани кластери што заслужуваат поддршка се гледаат во екотуризмот, во производството на здрава храна, во транспортот и логистиката, во бањскиот туризам, во металопреработувачкиот сектор, во градежништвото, а се гледа и потенцијал за формирање мрежи на кластерите од регионот на Југоисточна Европа.

2.2.4.3. Проблеми и области на заостанување на кластерингот во Македонија

Анкетираните стејкхолдери, т.е. заинтересирани страни, сметаат дека генерално сме добри во креирање развојни политики за кластерите, во размена на искуствата со други земји во регионот и во ентузијазмот, посебно кај некои од кластерите, но дека не сме еднакво добри и во практичните акции. Некои сметаат и дека бројот на конкретни активности за поддршка на кластерите сè уште е ограничен.

На членувањето во кластери уште не се гледа јасно како на активност што додава вредност на претпријатието. Активните кластери често навистина и изгледаат како вид деловна асоцијација. Постојните кластери не работат доволно на нивно правилно позиционирање и на дефинирање на активности што додаваат вредност. Не се работи доволно на соодветно промоција на идејата за кластеринг во деловната средина, на развој на визија за здружувањето, на развој на мисијата на кластерот, на поставување на долгорочните цели на здружувањето, на

дефинирање на сет активности што навистина ќе додаваат вредност, како и на развој на капацитетот на раководствата на кластерите, планираното и да го спроведат во практика.

Анкетата на клучните лица во кластерите покажува дека меѓусебната деловна доверба кај членките е ниска, дека имаме недоволна вертикална интеграција и поврзување и слаба поддршка од институциите и во пристапот кон финансиите.

Се забележува дека изостануваат алатки за размена на искуствата меѓу разните кластери, во смисла на софтверски системи, портали, весник, работилници и слични концепти. Така новите кластери непотребно минуваат низ исти детски болести. Потребно е да се развие една платформа за организирана размена на искуствата меѓу кластерите, задача на која Министерството за економија би требало да е носител.

Имајќи предвид дека кластерите се соодветни форми за пристап до многу европски развојни и иновативни програми, се истакнува потребата од подобра координација на постојните кластери со Секторот за евроинтеграции.

Во Табела 6 е дадена компаративна табела меѓу преовладувачката практика во ЕУ и применетите модели во поддршката на нашите кластери.

Табела 6: Компаративна табела меѓу преовладувачката во ЕУ и нашата практика на полето на поддршка на кластерите

| Критериум | ЕУ | Македонија |
|------------------------------------------|------------------------|---------------------------------|
| Кластерски програми | да | да |
| Министерства одговорни за имплементација | 1 до 3 | 1 |
| Имплементирачки агенции | 1 до 3 | 1 |
| Национални програми | да, 84% | да |
| Број на програми | 1 -2 | 1 |
| Финансирање | национален буџет ЕУ | национален буџет Донатори |

| | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------|
| | | ЕУ |
| Фокус на фаза на животниот циклус | не | не |
| Целна група | приватни бизниси истражувачки развојни институции | приватни бизниси |
| Вклученост на истражувањето и развојот | 50% | Да |
| Прекугранична соработка | Се бара | Не |
| Тежиште на политиките | регионално | национално |
| Политики | индустриска, иновации | индустриска |
| Национален совет за конкурентност | 50% | Да |
| Грант - формално аплицирање | Да | Да |
| Процес на селекција | оддолу нагоре | оддолу нагоре |
| Вид на поддршка | комбинирана | комбинирана |

Можеме да заклучиме дека активностите на нашите кластери се одвиваат во услови на ниска препознатливост на предностите од здружувањето во деловната заедница. Издатоците и активностите за промоција на концептот и на постојните кластери се минимални или практично не постојат. Ова најверојатно се должи на недоволните вкупни финансиски средства и на нивна рационализација на навистина есенцијални издатоци на кластерите.

Од друга страна, подигањето на профилот на кластерингот и промоцијата на нашите кластери, дома и надвор е услов за нивно етаблирање и ако промотивните активности и натаму изостанат или се ограничени исклучиво на годишната конференција, постои опасност вкупната интервенција и досега вложените средства да не се валоризираат на адекватен начин.

Потребата за обуки на персоналот и на членовите на кластерите е очигледна. Анкетите покажаа дека на техничките прашања се гледа како на клучни и очигледно е дека на менаџерските тимови на постојните кластери многу би им помогнала обука во генерални деловни способности, како, на пример, стратегиски менаџмент, маркетинг и развој на човечки ресурси.

Генерално гледано, на сите македонски кластери сè уште им е потребна поддршка од страна на државата, со тоа што истата треба да биде приспособена

по вид и по потребната партиципација од страна на корисниците зависно од достигнатото ниво на одделните кластери.

Споредбата на општите карактеристики на интервенцијата во земјите на ЕУ со онаа кај нас, покажува дека ние воопшто не заостануваме. Напротив, благодарение на рано стекнатото искуството со проектот „Македонска иницијатива за претприемаштво“ на УАСИД, слични проекти финансирани од ИЧЕ, ГТЗ, Норвешка, Швајцарија и Холандија како и благодарение на досегашната ангажираност на Министерството за економија, Република Македонија спаѓа во групата на поискусните и поагилните земји кога станува збор за организирана поддршка на кластерското здружување.

2.3. Иновациска политика на кластерите

Развој на иновациска стратегија во многу земји во светот е спроведен преку креирање иновативни кластери што дејствуваат како механизам за имплементација, воедно воспоставувајќи синергија меѓу главните засегнати страни во целните пазари.

Од крајот на 20 век, кластерите дефинирани и широко распространети во некоја индустрија или сектор ја зголемуваат продуктивноста на бизнисите. Експертите, како Peter Drucker, подоцна д-р Michael Porter, го проширија кластерскиот менталитетот на преден план на економскиот развој, фокусирајќи се на развој на конкурентноста во индустриите лоцирани на близок простор. Кластерскиот модел, кој се базира на новиот фамозен „Портеров дијамант“ станаа основа за развој на глобални економски иницијативи. Многу од овие иницијативи постигнаа успех за одредено време, додека други пропаднаа од најразлични причини, не помалку и поради недоразбирањето на практичните елементи за развој на кластерите отколку од некои теоретски причини.

Во последните десетина години се појавија иновациските кластери, заземајќи теоретска и практична примена на нови рамништа. Еден иновативен кластер по дефиниција е група од фирми, истражувачки центри, инвеститори, претставници од јавниот сектор, академии и организации, кои овозможуваат да се работи заедно на одредена близина во насока на креирање нови технологии, производи и претпријатија. Иновативните кластери се разликуваат од индустриските по неколку начини, дел од нив се следниве:

- Индустриските кластери се фокусираат на широко групирање на индустриите во секторот, фокусирајќи се на „градење масивност“ во одредена индустриска групација. Иновативните кластери заземаат поширок фокус, вклучувајќи го и јавниот сектор, академиите, технолошките/истражувачки организации и истакнати организации. Ова им дозволува на иновативните кластери да се фокусираат на влијанието на знаењето врз одредена индустрија што ќе ги предизвика иновациите наспроти едноставното производство, продажбата и маркетиншкото влијание, што ќе промовира економски раст за кратко време .
- Индустриските кластери се фокусирани на конкурентноста, иновативните кластери се стремат да се фокусираат на просперитетот. Индустриските кластери го вреднуваат ефектот и производството како механизми за зголемување на продуктивноста, додека иновативните кластери се фокусираат на креирање знаење и креативност за зголемување на просперитетот. Способноста за иновации и креирање комерцијални промени е основата за и двете, конкурентноста и просперитетот.
- Спротивно на индустриските кластери, кои во многу случаи се формирани како перманентни механизми за зголемување на продуктивноста, иновативните кластери се „екосистеми“ кои се раѓаат, зреат стареат и умираат или евентуално на еден или друг начин се трансформираат во различна форма. Затоа што просперитетот е динамичен процес, иновациите стануваат повеќе значајни отколку идентификување на една индустрија како перманентен механизам за

економски раст, исто така најмногу од нив „ќе умрат“ во нивната сегашна форма, освен ако иновациите не ја олеснат нивната еволуција.

Мерењето на влијанието на „патека на просперитетот“ не е тешко, но честопати е загосподарено од желбата за стратегизирање и имплементација. Многупати иновативниот напор не е евалуиран според критериуми базирани врз објективност, така што резултатите се замаглени со дезинформации, погрешни податоци и неадекватно информирање.

Ова се совпаѓа со фактот што во многу растечки пазари мониторингот и евалуацијата не се вреднуваат поради недоразбирање на нивната дефиниција или хаотична одлука, не евидентирајќи го напредокот во клучните индикатори. Во краен случај, ова типично значи дека не се постигнати резултати што би требало да бидат забележани.

Мониторингот и евалуацијата почнуваат со основни базични индикатори кои државите ги евидентираат (или во некои случаи секторите или индустриите) за моменталната позиција во однос на специфичните мерливи критериуми. Кога еднаш се поставени основните базични индикатори, целното влијание може да се креира и да се евидентира на тековна основа. Типично, кластер-менаџерот би бил одговорен за евидентирање на овие податоци и споделување на резултатите со членовите на кластерот, но специфични споредбени анализи и влијанија исто така би требало да се евидентираат на национално ниво.

Во многу случаи, мониторингот и евалуацијата особено во случаи за евидентирање на економски индикатори е неконзистентно поради тоа што не е законски поддржано. На пример, во некои држави (Канада) со децении се евидентираат илјадници податоци, на пр., економски, социјални, образовни и други. Ова е можно, бидејќи придржувањето за собирање податоци е задолжително за сите бизниси и проверките се спроведуваат за да осигурат прецизност на информациите. Дури и без присила на закон, земјите може да

собираат емпириски податоци со фокусирање на мал сет клучни индикатори и да ги евидентираат доследно за подолг временски период.

Може да се заклучи дека иновациите се критични за просперитетот на една држава и за нејзината позиција во синџирот на вредности на просперитетот. Може да се каже дека просперитетот има своја цена. Не секоја земја може да ја имплементира патеката на просперитетот, користејќи и усвојувајќи повеќе локализирани механизми или имплементирајќи застарени стратегии што се фокусирани на постигнувања наместо на загубите. Просперитетот може да се постигне само со секојдневно инвестирање во технологии, промовирање на иновациите и рафинираност на управувачката структура.

Сосема е јасно дека земјите со растечки економи може да имплементираат ефективни иновациски стратегии со ставање во сила на нивните природни богатства, градење локална база на знаење, зголемување на продуктивноста, поддршка на конкурентноста и задолжително креирање просперитет. Клучот е во усвојување на методологија, која може да ги надмине политичките нагли потреси, економскиот метеж и културните парадигми. Оваа методологија мора да се разбере и да се прифати од граѓаните и тие мора да се вклучени во процесот на креирање просперитет. Реалноста е таа дека одговорноста за креирање просперитет лежи во самата земја и нејзините жители. Донаторите можат да го забрзаат процесот, но не можат да ги заменат иницијативите, енергијата, креативноста и посветеноста, кои мора да бидат на место за да напредуваат иновациите и за да расте семето на просперитетот.

2.3.1. Иновациска политика во рамките на ЕУ

Речиси сите европски кластерски програми ги имаат приватните бизниси како целна група. Друга поголема целна група се истражувачките и развојните институции. Вклученоста на истражувањето и развојот во европските кластерски програми е генерално високо. Речиси 50% од европските кластерски програми

вклучуваат прекугранична соработка. Се гледа и тренд на префрлање на тежиштето на кластерската политика од национално на локално и на регионално (меѓудржавно ниво).⁸⁰

Во однос на формата на кластерските политики, тие се јавуваат во различни документи. Некаде кластерскиот приод е дел на вкупната индустриска, а некаде на политиката на иновации. Посебни национални совети за конкурентност има во 16 од вкупно 31 земја опфатена со анализата.

Во најголем дел од европските кластерски програми постои одреден процес на формално аплицирање за иницијална кластерска поддршка. Групата компании, активни и потенцијални кластери, прават соодветни апликација за финансиска поддршка. Во 39 од 69-те анализирани кластерски програми, процесот на селекција е целосно оддолу нагоре, односно врз основа на иницијатива на заинтересираните апликанти, а 28 програми се повеќе ориентирани одгоре надолу, во поглед на селектирањето.⁸¹ Во однос на видот на бараната, односно понудената поддршка во 31 програма, станува збор за исклучиво финансиска поддршка. Само во 8 програми се бара поддршка во стекнување и размена на знаењето и градење мрежи. Во 26 програми станува збор за одредена комбинација на финансиска поддршка со различни форми на размена на знаење и градење мрежи.

Европската опсерваторија за кластери следи и објавува примери на најдобра европска практика, како еден инструмент за размена на стекнатото искуство.⁸² Додатни извори на најдобра практика и студии на успешни случаи може да се најдат на веб-страницата на „Инфорегио“, платформа за трансфер на знаења и технологии.⁸³ Во однос на директната државна интервенција и нејзините ефекти, ја издвојуваме програмата на Италија. Државата има иницирано два многу успешни кластера, за текстил во Карпи и за земјоделска механизација во Модена. Во околината на Карпи има околу 1.600 текстилни (трикотажни) фирми со 10.000

⁸⁰ <http://www.clusterobservatory.eu/index.php?id=42&nid=>

⁸¹ <http://www.oxfordresearch.dk/page/view/46>

⁸² <http://www.clusterobservatory.eu/index.php?id=68&nid=>

⁸³ http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/studies_a_en.cfm?nmenu=5#cl1

вработени и годишно производство во вредност од една милијарда евра (6,5% од националното), од кое половината е за извоз. Во Модена има 4.000 претпријатија во пет кластери, вредноста на индустриското производство е 7 милијарди евра. Само во кластерот за производство на трактори и земјоделски машини има 171 претпријатие.⁸⁴

Како пример за успешна регионална програма може да се издвои Социјалната програма за конкурентност и иновативност на Баскија. Покраината е позната по два мегакластера: за морски сообраќај „Унипорт Билбао“⁸⁵ со 146 членки и „Хеган“⁸⁶ кластер на авионската индустрија (производството на многу делови за Ербас) со над 30 специјалности, 32 претпријатија и три истражувачки центри. Програмата се реализира преку асоцијации на кластери. Тие заедно со компаниите, универзитетите, тренинг-центрите, технолошките центри и јавните власти (општините, парламентот, секторите на Баскиската влада) дејствуваат како фасилитатори на конкурентноста.

Словенечкото искуство во конципирање успешна програма за поддршка на кластерите е исто така успешно и почива на разни модалитети на јавноприватно партнерство. Благодарейќи на овој модел на организирање, во Словенија моментално дејствуваат десет кластери, од кои на европско ниво се металопреработувачкиот и кластерот за мебел, со силно изразен извозен капацитет и средно ниво на иновативност и агломерација, мерено според европски критериуми.⁸⁷ Во Република Словенија главна институција одговорна за формулирање на кластерската политика на национално ниво е Министерството за економија, а главна имплементирачка организација е Агенцијата за претприемаштво и странски инвестиции. Националната програма за поттикнување на развојот на кластерите била финансирана од страна на Министерството за економија. Активностите започнале со мапирање на потенцијалните концентрации,

⁸⁴ <http://www.italtrade.com>

⁸⁵ <http://www.uniporobilbao.es/PAsociados.aspx>

⁸⁶ <http://www.hegan.com/>

⁸⁷ <http://www.clusterobservatory.eu/index.php?id=68&nid=>

а најпрвин се спровеле мерки (проекти) за поттикнување на деловната соработка генерално, а потоа бил развиен и пилот-проект за кластеринг.

Втора област на интервенција во Република Словенија, интересен како референтен модел, е развојот на локални кластери на микропретпријатија. За имплементација на кластерската политика на регионално ниво во Словенија се одговорни 12 регионални развојни агенции, кои дејствуваат како имплементирачки организации преку проекти со кои аплицираат за средства кај Министерството за економија.

Од анализата на практиката на ЕУ и на препораките на Европската комисија може да се заклучи дека промената на фокусот на националните агенции и на локалните центри за поддршка на бизнисот, од генерална поддршка кон фокусирана и кон специфични програми за одделни индустрии во дадената деловна средина, постепено ќе стане широка практика во земјите на ЕУ. Интересно е и тоа дека институционалната помош на малите и средните претпријатија се насочува преку кластерите, со што постепено се менува мисијата на досегашните институции на поддршка на претприемаштвото. Како трендови се идентификуваат и промена на видот на деловни услуги, кои сега се приспособени кон спецификите на индустријата, барањата за иновативност и барањата за регионална соработка.

Примената на моделот на Италија, во организирање кластери околу едно поголемо претпријатие, како и користењето на веќе постојна национална имплементирачка институција и мрежата на локални агенции за поддршка на претприемаштвото и во процесот на поддршка на кластерите, како во примерот на Словенија, се чини сосема рационално и во случај на Република Македонија.

2.3.2. Дефинирање на индикатори за иновативност

Врз база на досегашните активности што се спроведоа во текот на 2010 и 2011 година: Вклучување во Матрицата на иновативната унија 2010 (ЕИМ) и подготовката на Стратегија за иновативност, користење европски и светски

искуства од спроведени истражувања за иновативен капацитет на компаниите, определени се индикатори за мерење на иновативниот капацитет на кластерите, кои се групирани во пет области:

- Човечки ресурси
- Истражување и развој
- Права од интелектуалнаа сопственост
- Економски ефекти и
- Институционална поддршка.

Овие индикатори ќе послужат како основа за креирање Прашалник – анкета, која ќе се спроведе меѓу компаниите-членки на кластерските здруженија, во функција на мерење на нивниот иновативен капацитет.

Табела 7: Индикатори за мерење на иновативен капацитет на компаниите во кластери

| ОБЛАСТ | ИНДИКАТОР | ОПФАТ/ОПСЕГ НА ИНДИКАТОРОТ | ИЗВОР НА ПОДАТОЦИ ЗА ИНДИКАТОРОТ |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Човечки ресурси | Образовна структура – кадар ангажиран во истражување и развој | Број на вработени со потенцијал за иновации | Анкета/ истражување |
| | Спроведени обуки за развој на човечки ресурси за иновации | Број на вработени што посетиле обуки за иновации | Анкета/ истражување |
| Истражување и развој | Вложувања во истражување и развој | Сите трошоци во компанијата за оваа намена (како % од вкупниот приход) | Централен регистар/истражување |
| | Вложувања во нови технологии | Инвестиции во нови технологии | Анкета/ истражување |

| | | | |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| | Воведени системи за квалитет | Број на системи за квалитет | Анкета/ истражување |
| | Број на сертификати | Број на сертификати што ги поседува компанијата | Анкета/ истражување |
| | Ниво на ИТ и менаџмент-системи | Број на софтверски и менаџмент-решенија поврзани со технолошките процеси за И&Р | Анкета/ истражување |
| | Соработка со научноистражувачки и институции | Број на договори со научни институции | Анкета/ истражување |
| Права од интелектуална сопственост | Број на патенти | Број на поднесени апликации за патент | Анкета/ истражување |
| | Развој на бренд/индустриски дизајн | Број на брендирано производи/инд. дизајн | Анкета/ истражување |
| Економски ефекти | Извоз на производи | Износот на остварен извоз на производи /услуги во компанијата во последните три години (изразен како процент од вкупниот приход) | ДЗС, Царинска управа, анкета |
| | Приходи од нови производи | Сумата на приходи остварени од новите производи | Анкета/ истражување |
| | Раст на компанијата | Пораст на вкупните приходи на компанијата во последните три години | Анкета/ истражување |
| Институционал- | Поддршка од | Износ на користени | Анкета/ |

| | | | | |
|--------------------|-------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------|------------------------|
| на поддршка | Владата на Република Македонија иновативни активности | на за | средства од владини програми (буџет на РМ) | истражување |
| | Поддршка од донатори иновативна активност | од за | Износ на користени средства од донатори за иновативни активности | Анкета/ истражување |

Напомена: При обработката на податоците за секој индикатор ќе се определи тежински фактор

2.3.3. Мерење на иновативниот потенцијал на кластерите во Република Македонија

Зајакнувањето на технолошката соработка во рамките на кластерите – преку формирање Листа на македонски компании со најголем капацитет за иновации и истражување и организирање обуки на ниво на кластер, е активност што ја спроведува Министерството за економија како заклучок од Владата на Република Македонија.

Согласно со заклучокот, Министерството за економија и Министерството за образование и наука беа задолжени до април 2012 година да дефинираат критериуми за оцена на иновативниот капацитет на компаниите во кластерите.

Во Министерството за економија се формира работна група, во чии состав има и номиниран претставник од Министерството за образование и наука. Работната група предложи индикатори, преку кои ќе се мери иновативниот капацитет на компаниите во кластерите. Определените индикатори за мерење на иновативниот капацитет на кластерите се групирани во пет области:

- Човечки ресурси
- Истражување и развој
- Права од интелектуална сопственост

- Економски ефекти и
- Институционална поддршка.

Индикаторите беа усвоени од страна на Владата на Република Македонија во март 2012 година и тие послужија како основа за креирање Прашалник – анкета, која се спроведува меѓу компаниите-членки на кластерските здруженија, во функција на мерење на нивниот иновативен капацитет.

Министерството за економија во март 2012 година на веб-страницата на Министерството објави Јавен повик до кластерските здруженија за користење средства од Програмата за поддршка и развој на кластерското здружување во Република Македонија за 2012 година (точка 2 од Програмата), според која, Министерството за економија ги финансира проектите на кластерските здруженија кои опфаќаат активности поврзани со изготвување Листа на компании со иновативен капацитет – членки на кластерските здруженија.

На повикот поднесоа апликации 10 кластерски здруженија: Македонска асоцијација на преработувачи (МАП), МАСИТ- кластер за ИТ, Кластерот за дрво (КДИ), ЕДЕН - Туристички кластер на Југозападен регион, Автомобилски кластер на Македонија (АКМ), Кластер на преработувачи на млеко и месо - знак за квалитет, Фондацијата „Тиквешки вински пат“ - Кластер за вино, Кластер за полжави – АГРОХЕЛИКС, Кластер за кондиторски производи (ККИ) и Текстилната трговска асоцијација – Кластер за текстил.

Врз база на дефинираните и усвоени индикатори се дефинираше методологија за подготовка на прашалникот и изведба на истражувањето. Подготвениот Анкетен прашалник содржи пет области и 46 прашања. Во рамките на секој кластер се изведе обука на лидерството на кластерот (кое ќе го изведе анкетното истражување на терен), а воедно се изврши и тестирање (пилотирање) на самиот прашалник. Во тек е изведба на самата анкета, која треба да заврши до крајот на септември 2012 година, по што ќе следува обработка на прашалниците и изготвување на Листа на компании со најголем иновативен капацитет во рамките на секој кластер, како и една заедничка Листа на компании со најголем иновативен капацитет во рамките на кластерските здруженија.

ТРЕТ ДЕЛ: ПОДИГНУВАЊЕ НА КЛАСТЕРСКА КОНКУРЕНТНОСТ НА ГЛОБАЛНИОТ ПАЗАР

3.1. Конкурентност во услови на глобализација

Во услови на глобализација на светската економија, создавањето конкурентно национално стопанство подразбира приспособување на макроекономската политика кон светски стандарди на стопанисување во корелација со подобрување на деловната клима и начинот на деловно работење и стопанисување на микрониво на претпријатијата. Во последните години концептот на конкурентност се наметнува како нова парадигма на економскиот развој.

Конкурентноста ја опфаќа свесноста за ограничувањата, но и предизвиците што се поставуваат од глобалните конкуренти, во услови кога ефективните владини акции се соочуваат со хендикепот од буџетски ограничувања, а приватниот сектор се соочува со значителни бариери во конкурентската борба, како на домашниот, така и на глобалниот пазар. Националната конкурентност е особено важна за малите и отворени економии како што е нашата, кои својот економски развој го темелат врз извозот и странските директни инвестиции како фактори за стимулирање на продуктивноста во насока на подобрување на животниот стандард.

Познат афоризам на Портер е дека националниот просперитет е креиран, а не наследен и дека финалната економска развојна фаза е економија придвижувана од иновативност, која ја карактеризира не само висока ефикасност, туку и креирање производи и услуги со посебна вредност.

Централна хипотеза во Портеровиот модел е дека националната конкурентност е резултат на конкурентноста на претпријатијата, додека, пак, конкурентноста на претпријатијата за возврат бара иновативно милје за да може да успее. Особено значење тој им посветува на макроекономските фактори без кои макроекономските реформи не би можеле да ги дадат саканите резултати,

правејќи разлика меѓу софистикација на бизнис-операциите на фирмите и квалитетот на бизнис-опкружувањето. Портер ќе посочи дека кластерите треба да бидат централен елемент во сите конкурентни развојни програми, и тоа како на развиените, така и на земјите во развој.

Во услови на глобализација, современиот концепт за конкурентност е детерминиран од продуктивноста, која, пак, е директно условена од начинот на кој се натпреваруваат компаниите на глобалниот пазар, нивната способност да применат софистицирани методи и напредна технологија и да понудат единствени производи со висока додадена вредност и високо диференцирани услуги. Софистикацијата на бизнис-операциите, пак, е условена од квалитетот на бизнис-опкружувањето на одредена локација. Токму кластерите преку повеќедимензионалниот модел на вмрежување и размена на информации придонесуваат значително да се промени улогата на малите и средните претпријатија во нивниот настан на глобалните пазари, преку еден интензивен процес на соработка и заедничка стратегија базирана врз заедничка корист⁸⁸.

3.1.1. Економија на знаењето и значењето на интелектуалниот капитал

Во поголемиот дел од повоениот стопански период во западноевропските држави основна движечка сила на стопанскиот раст, на вработеноста и на стопанската стабилност беа дејностите, како што се металопреработувачката, алатничарската и автомобилската индустрија⁸⁹. На крајот од дваесеттиот век, пак, западноевропските држави, како и САД, почнаа да ги губат конкурентските предности во споменатите индустрии, пред сè, од две причини: прво, поради конкуренцијата од новоиндустријализираните држави на Југоисточна Азија и Средна и Источна Европа, и второ, поради развојот на новите комуникациски

⁸⁸ Марина Арсовска – Кластерите и кластерската политика во функција на подобрување на конкурентноста на РМ, 2010 г, стр 167.

⁸⁹ Audretsch David: Knowledge, globalization, and regions: An economist's perspective. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 64

технологии кои влијаеја врз географското распоредување на производството.⁹⁰ Производството со ниско додадена вредност се пресели и сè уште се сели во државите со поевтина работна сила, што последично влијае врз намалување на потребата од нискоквалификувана работна сила во развиените држави. Задржување на релативно високите плати и истовремено вработувањето во развиените држави е возможно само со пренасочување кон дејности со високо додадена вредност, односно во оние дејности што се засноваат врз знаење и иновативност.

Во таканаречената економија на знаење, производите и услугите стануваат постојано покомплексни и содржат растечки влог на знаење, а нивните функции, пак, се постојано пошироки и поприспособени кон специфичните барања на купувачите. Меѓу најчесто споменуваните карактеристики на економијата на знаење, Sheenan и Grewal ги наведуваат:

- раст на истражувачко-развојната интензивност, скратување на водителското време за развој на новите производи и пократок животен век на производите;
- високи фиксни трошоци, поврзани со создавањето, производството и дистрибуцијата на производите, кои се реперкуираат во пораст на обемот на приходот;
- пораст на екстерналиите, односно комплементарност меѓу претпријатијата кои ја зголемуваат економијата на обем кога производите и производствените синџири стануваат покомплексни;
- растечкото значење на поврзувањето со снабдувачите и купувачите, кои и покрај пониските трошоци на комуникациите, се почесто географски определени;

⁹⁰ За тоа, на пример, пишува Lall, 1998

- клучната улога на човековиот капитал како и значителната екстерна корист, кои произлегуваат од високото општо ниво на следниот во синџирот⁹¹.

Знаењето како влог во производствената функција се разликува од потрадиционалните влогови на труд, капитал и земја. Додека економската вредност на следењето е прилично сигурна, знаењето не е, а неговата потенцијална вредност, пак, е асиметрична за економските агенти⁹². Знаењето е хетерогено богатство, кое може да се употреби во различни намени, а многу често за одреден производ или услуга мора да се има одреден вид знаење и да се комбинира со различните поинакви видови знаења⁹³.

Условите на работење бараат од претпријатијата концентрирање на таканаречените носечки способности, што значи зголемена специјализација на активности и знаења во поединечно претпријатие. Знаењето потребно за ефикасно зголемување и употреба на средствата, пак, е многу комплексно и обично не е концентрирано само во едно претпријатие. Последица од тоа е потребата од поврзување со претпријатија кои се специјализирани за комплементарни активности и знаења. Dunning меѓу причините за зголемениот опсег на соработка меѓу претпријатијата наведува три карактеристики на знаењето:

- може да биде исклучително скапо, бидејќи, на пример, трошоците на развојот за нов лек или за развој на нов микрочип изнесуваат повеќе милијарди американски долари;
- резултатите од инвестирање во зголемување на знаењето (на пример, со вложување во истражување и развој) се многу несигурни;
- многу видови знаења, а особено оние што можат да се имитираат, сразмерно брзо застаруваат.

⁹¹ Sheenan Peter, Grewal Bhajan: Firms, regions and strategy in a diverging world: The Australian case. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 309

⁹² Audretsch David: Knowledge, globalization, and regions: An economist's perspective. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 66

⁹³ Dunning John H., Regions, globalization, and the knowledge economy: The issues stated. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 9

Знаењето е, значи, производствен фактор, кој произлегува од различни извори: истражувачкоразвојни и образовни системи, системи на оспособување, како и од иновативната клима во самите претпријатија. Инвестициите во знаење можат барем делумно да се мерат со вложувањата во истражувачка и развојна активност. Тие, всушност, претставуваат само влог, додека ефикасноста на тие вложувања, пак, зависи од ефикасноста на иновациониот систем, односно од истражувачката инфраструктура, соработката, способноста за апсорбирање на надворешните технологии. Средствата за истражување и развој делумно произлегуваат од посебни извори, значи од претпријатија, а делумно од јавнофинансиски извори. Додека првите, пред сè, се наменети на апликативни и развојни истражувања со непосредни економски цели, јавните средства се наменети на кофинансирање на основното научно истражување, а пред сè, на поттикнување на соработката на поединечни актери при пренесувањето и употребата на знаење и резултати од основните истражувања во продуктивни цели.

3.1.2. Поврзување на претпријатијата и стратески сојузништва

Важна карактеристика на водечките пазарни стопанства е воведување различни облици на меѓуорганизациска соработка, која ги дополнува и во некои случаи и ги заменува хиерархиските облици на водење на посебните и јавните институции. Врските се воспоставуваат како од внатре во претпријатијата, така и меѓу претпријатијата, на пример, меѓу претпријатието и неговите снабдувачи, конкуренти или купувачи. Исто така, може да се работи и за поврзување на претпријатието со јавна институција или, пак, поврзување меѓу јавни институции⁹⁴.

Вклученоста на одредено претпријатие во регионалната средина станува сè поважно и поради растечката глобализација на стопанските процеси што се гледа

⁹⁴ Dunning John H., Regions, globalization, and the knowledge economy: The issues stated. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 10-11

во намаленото значење на националните граници. За да може ефикасно да конкурира на пазарите на своите конечни производи, претпријатијата треба да се поврзани со други претпријатија на пазарите на стока, што придонесува за зголемување на мобилноста на реализираните средства, кои се резултат од минатите инвестиции на претпријатието⁹⁵. Поврзувањето и меѓупретпријатиските мрежи се важен извор на иновативност, а особено за малите и средните претпријатија, на кои соработката со другите претпријатија и организации им овозможува пристап до специфични стручни знаења, поделба на ризикот и трошоците⁹⁶.

Податоците ОЕЦД (ОЕЦД 2001) покажуваат дека иновациите многу повеќе зависат од соработката меѓу претпријатијата и нестопанските институции. Степенот на истражување и развој што го изведувале образовните и владините институции, а го финансирал стопанскиот сектор, во државите на ОЕЦД растел. Во 1998 г. стопанскиот сектор во просек финансирал 6,1% од истражувачките високообразовни и 4,1% од истражувачките владини институции, а претпријатијата со склучени договори за соработка со високообразовни или владини институции пак, вработувале околу 10% од сите вработени (ОЕЦД, 2001).⁹⁷

Со глобализацијата расте и значењето на меѓународните стратегиски поврзувања од различен облик: спогодби за заедничко производство, пазар, истражувања и развој, заеднички продажни и дистрибуциски мрежи и слично. Во 1990-тите години бројот на меѓународните стратегиски поврзувања и здружувања, како и преземања многу порасна и според светски мерила, за петпати се зголеми вредноста на работите (ОЕЦД, 2001). Од 1990 до 1999 г. меѓународните стратегиски поврзувања претставуваа повеќе од 60% од сите поврзувања на подрачјето на државите на ОЕЦД, а во помалите држави, на пример, во Луксембург, Белгија, Исланд и Австрија, пак, дури над 90% од сите поврзувања.

⁹⁵ Gray Peter H., Dunning John H., Towards a theory of regional policy. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 409

⁹⁶ Park Sam Ock: Innovation Systems, Networks, and the knowledge – based economy in Korea. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 330

⁹⁷ Врз промена во резултатот би можело да влијае и променетото прашање во анкетата за иновациската дејност. Види Котник, Мркаиќ, 2002, стр. 278.

Што се однесува на ограничениот стопански простор во рамките на нивните државни граници тоа е дури и разбирливо. Додека учеството на стратегиските поврзувања во традиционалните подрачја, како што се производството, продажбата и истражувањата и развојот, се намалило, учеството на стратегиските поврзувања на подрачјето на деловните услуги, пак, силно се зголемило (ОЕЦД 2001)⁹⁸.

Република Македонија многу заостанува во поглед на наукотехнолошката напредност во однос на развиените земји во светот. Истражувачкоразвојната дејност, која во осумдесеттите години беше издигната на ниво на приоритет, во периодот на транзиција беше маргинализирана. Издвојувањата на научноистражувачка работа паднаа дури на 0,2% од БДП, што е далеку под нивото на земјите од ОЕЦД, каде што достигнува до 2%. Но, новите активности на Владата на Република Македонија со опремување на лабораториите на факултетите за научноистражувачка дејност заедно со растечкиот број на истражувачкиот кадар, претставуваат солиден потенцијал. Ниската поврзаност на истражувањето и развојот и научниот сектор е еден од клучните проблеми за стекнување нови знаења, подигнување на иновативното ниво и прифаќање на нови технологии.

Во Република Македонија треба да се оствари нагласена ориентираност кон функционалното поврзување на истражувачката и развојната работа со иновациските потреби на компаниите. Воедно, неопходно е да се зголеми бројот на истражувачкоразвојните центри во компаниите.

Со поврзувањето и со склучувањето на стратегиски сојузништва, претпријатијата ја зачувуваат и ја јакнат конкурентската положба на пазарот, а во некои примери, пак, претпријатието со преземање на друго претпријатие си ја зголемува својата пазарна моќ и си придобива дополнителна економска рента. За значењето на поврзувањето на претпријатијата и воспоставувањето на деловните

⁹⁸ OECD, 2001– Организација за економска соработка и развој (Organisation for Economic Co-operation and Development, annual report 2001.

гроздови, како и за влијанијата на поврзувањата врз конкурентската положба на претпријатијата се зборува во второто поглавје.

3.1.3. Либерализација на пазарите

Либерализацијата на националните и меѓународните пазари веројатно е една од најочигледните стопански промени во последните две децении. Промените во националната политика на некои јужноамерикански и африкански стопанства, Индија и Кина, како и преминот кон потесното вклучување во макрорегионот, истовременото намалување на трошоците на транспортот и комуникациите, како и трошоците при работа внатре во рамките на претпријатието, како и надвор од државните граници, влијаеја врз битното зголемување на учеството на странските непосредни инвестиции и на меѓународната размена во сооднос со бруто националниот производ⁹⁹.

Како што расте движењето на стоките и финансиските текови, како и протокот на знаење меѓу државите, така расте и се зголемува меѓународната мобилност на работната сила и на студентите.

Според ОЕЦД со намалувањето на трговските и нетрговските бариери постојано расте меѓународната размена. И покрај сè, побрзиот пораст на размената на услуги таа сè уште изнесува само малку повеќе од четвртина од стоковната размена. Извозните стапки покажуваат дека на меѓународна трговска конкуренција е посебно изложено производството на компјутерска, радио и телевизиска комуникациска опрема, како и авионската индустрија, додека таа е ограничена во хартиената, печатарската, металската, прехранбената и тутунската индустрија.

Најбрзорастечки сегмент на меѓународните трансакции претставуваат финансиските трансакции, кои вклучуваат непосредни и портфолио инвестиции, како и други инвестиции. Порастот на непосредните и портфолио инвестиции

⁹⁹ Dunning John H., Regions, globalization, and the knowledge economy: The issues stated. New York: Oxford University Press Inc., 2000, стр 11

особено е видлив во втората половина од деведесеттите години, иако тие движења се покажаа како многу непостојани (ОЕЦД, 2001)¹⁰⁰.

3.1.4. Развој на нови стопанства

Најпрогресивна, но затоа, пак, не и помалку важна карактеристика на светското стопанство во последните децении е трансформирањето на некои помалку развиени држави, пред сè, азиски и латиноамерикански, како важни стопански актери според светски мерила. Хонгконг, Сингапур и Јужна Кореја сега се вбројуваат меѓу државите со висок доход според критериумите на Светската банка.¹⁰¹ БДП на Источна Азија со Пацификот во годините 1999 и 2000 г. порасна за 7,4% (просекот за десет години изнесува 7,2%), додека, пак, порастот на БДП на жител во истиот период изнесува 6,4% (Светска банка 2002).¹⁰² Меѓу регионите во развој, бруто националниот доход на жител е највисок во Латинска Америка со Карибите, каде што во некои држави се приближува до државите со висок доход. Тој регион привлекува и поголем странски капитал отколку кој било друг регион во развој, така, во 2000 година, на пример, околу 97 милијарди долари, додека, пак, нето капиталниот тек во Источна Азија бил малку помал од 66 милијарди.

За значењето на тие држави во меѓународното стопанство сведочат и податоците за размената на стоки. Таа во источноазиските држави во развој во сооднос со БДП претставува 66%, додека тоа учество во државите на Латинска Америка е пониско и изнесува малку помалку од 38% (Светска банка, 2002). Во последните години станува сè поважна стопанската моќ на Кина, која, на пример, во 1999 г. својот извоз на стоки го зголемила за 27,33%, извозот на комерцијални услуги, пак, за помалку од еден процент. Исто така, во меѓународната размена

¹⁰⁰ OECD, 2001— Организација за економска соработка и развој (Organisation for Economic Co-operation and Development, annual report 2001).

¹⁰¹ Светска банка ги распоредува државите во доходовни групи врз основа на бруто националниот доход на жител, пресметуван по методот на Атлас на Светска банка; државите што спаѓаат во категоријата на оние со висок доход имаат 9.206 \$ или повеќе доход на жител.

¹⁰² Државите се распоредени во 6 региони: Источна Азија и Пацифик, Европа и Средна Азија, Латинска Америка и Карибите, Среден Исток и Северна Африка, Јужна Азија и Супсахарска Африка. WB Key indicators: regional data from the WDI database, 30.11.2002.

продира и Индија, која според растот на извозот на стоките, заостанува зад Кина (изнесувал 16,07% во 1999 година), но според податоците на ИМД (ИМД, 2001), се наоѓа на третото место според растот на извозот на комерцијалните услуги (25,54%).

Растечкото стопанско значење на државите во развој, односно новоиндустријализираните држави делумно се должи на порастот на конкурентските притисоци, на кои корпорациите се одсвиваат со преселувањето на одделни фази од производствениот процес, што значи глобализација на производните синџири. Најголемо учество на меѓуконтинентална размена се појавува во производството на стоки за широка потрошувачка, како што се облеката и обувките¹⁰³.

Податоците за меѓународната размена покажуваат дека поразвиените држави ја зголемуваат својата специјализација во тргувањето и се концентрираат на специфични финални производи. Многубројните аналитичари го образложуваат тоа со специјализацијата на знаење во тие држави, вградено во комплексните институционални и меѓупретприемачки односи. Поединечни подрачја развиваат посебни иновациски можности или „know-how“, со кои се можни побрзи учења и дополнување на знаењата, а тоа им овозможува освојување на поголемо учество на светскиот пазар на поединечни стоки¹⁰⁴.

Посебните можности најчесто се засноваат врз екстерналиите, кои произлегуваат од комплексните меѓусебни врски на претпријатијата и нивните врски со поддржувачките институции и средината, кои исто така се значајни и за деловните гроздови. Преносот на знаење меѓу поединечните актери го поттикнува развојот на иновациските способности на претпријатијата и со тоа развојните капацитети на целиот грозд. Деловните гроздови и нивното влијание на конкурентноста на поединечното регионално или национално стопанство, пак, се предмет на разгледување во четвртото поглавје.

¹⁰³ Storper Michael: Globalization and knowlegde flows: An industrial geographer's perspective. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge esonomy. New York: Oxford University pPress Inc., 2000, стр 46

¹⁰⁴ Michael: Globalization and knowlegde flows: An industrial geographer's perspective. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge esonomy. New York: Oxford University pPress Inc., 2000, стр 46

3.2. Претприемачки водени претпријатија

Глобализацијата и брзината со која се менува меѓународната стопанска средина претставуваат предизвик како за претпријатијата, нивните менаџери и вработените, така и за создавачите на локалните, односно регионалните и националните политики.

Либерализацијата на пазарите, зголемениот број на поврзувања, кои ги надминуваат границите на националните стопанства, зголеменото вклучување на државите во развој во меѓународните стопански текови, зголемената мобилност на производствените фактори и глобализацијата на побарувачката, се некои од поважните фактори што влијаат врз определбата на конкурентноста на одделните претпријатија и стопанства.

Така, конкурентноста не е повеќе поврзана со споредбените предности, кои се засноваат врз расположливоста на производствените фактори, туку со општествениот капитал во вид на деловна култура, освојување знаење, поврзување меѓу претпријатијата и социјалната кохезивност. Затоа, стопанската активност не е распределена еднакво, туку е концентрирана во државите или регионите, кои успеваат да обезбедат соодветна клима за развој на претпријатијата, вклучително со потребната развојна и образовна инфраструктура, помошните институции и секако со кадар. Клучни елементи на развојот на регионите се предмет на разгледување во продолжение на поглавјето.

Тематски, развојната динамика на регионите е прикажана на долната шема.



Шема 6 : Модел на развојна динамика на регионите¹⁰⁵

Поединечното стопанство е толку конкурентно колку што се конкурентни претпријатијата во тоа стопанство. Во време на брз технолошки развој и промените поврзани со него, динамични, претприемачки водени претпријатија се оние што претставуваат двигател на развојната динамика и стопанскиот раст на регионот.

¹⁰⁵ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 70

Основна карактеристика на таквите претпријатија е постојаното барање нови пазарни можности, на кои се одсвиваат со производи, кои се или надградба на постојната понуда или новина на пазарот. За претпријатијата да одговорат на пазарните предизвици брзо и ефикасно, мора да развијат соодветни производствени можности. Така, клучни фактори што овозможуваат соодветна одзив на претпријатијата, претставуваат технолошкиот менаџмент¹⁰⁶ и способноста на претпријатието брзо да ги вградува новите технологии во своите производи (скратување на времето на развој на новите производи со интеграција на развојот и производството).

Дали претпријатијата се способни да ја согледаат пазарната можност, пак, од друга страна, зависи од нивните производствени можности. Активностите што ги изведува претпријатието за да ги искористи пазарните можности, истовремено значат процес во кој претпријатието може да открие нови можности за обликување и развој на производите, новите идеи при развојот на производите, пак, истовремено предизвикуваат идентификација на пазарните можности, кое, всушност, претпријатието не би ги осознало¹⁰⁷. Се работи, значи, за меѓусебно испреплетување на влијанија на технолошки можности и пазарни можности, кои овозможуваат развој на нови концепти на производите. Внатрешната динамика овозможува забрзано воведување нови начини на употреба на технологии и ги поттикнува технолошките иновации, а со тоа влијае врз порастот на продуктивноста. Основа на динамиката се сопствените бази на технолошко знаење, кои произлегуваат од единствените технолошки можности на претпријатијата, а ги обликува динамиката меѓу технологијата и пазарот. Претприемачки воденото претпријатие на тој начин не ги следи само пасивно барањата на пазарот, туку и ги сообликува. Во тоа тие претпријатија се

¹⁰⁶ Технолошкиот менаџмент е можност на претпријатието да развива и да вградува нови технологии, справи, материјали, техники и методи во производствениот процес и со тоа да го подобри своето работење. Притоа не се работи за оптимизација на технолошките промени, туку за усогласување на елементите од тријадата на продуктивност (обликување на вештините, деловниот модел и производствениот систем) околу напредните начела на производството, кои го покренуваат процесот на постојани технолошки промени (Best, 2001, стр. 262).

¹⁰⁷ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 71

разликуваат од оние што технологијата само ја купуваат и не ги развиваат единствените технолошки можности.

Одзивот на претпријатието на пазарните можности е од клучно значење за неговата конкурентност, бидејќи во глобалната конкуренција успеваат само оние што побрзо и поефикасно се одсвиваат отколку останатите. Деловната успешност на претпријатијата затоа е определена со организациските способности, кои ја искористуваат динамиката меѓу пазарот и технолошкиот развој.

Така, на пример, развојот на приспособливите производствени методи им овозможува на претпријатијата постигнување на повисок квалитет на производите, намалување на трошоците и скратување на роковите за набавка. Технолошкиот менаџмент во таквите примери е дел од деловните практики во производството и обезбедува постојано подобрување на производствениот процес, вклучително со развојот на агилните производствени методи, делумно во деловните групи и практиката на постојани подобрувања^{108 109}.

Поради брзината на промените, претпријатијата се принудени да изнајдат начин на работа, кој им овозможува честа промена на производите и воведување нови на пазарот. Скратувањето на времето на развој на новите производи го овозможува деловниот модел, кој го здружува развојот на производот и неговото производство во единствен процес. Организиран е според начелото на интеграција на процесите, новите производи, пак, ги развиваат групите поединци со разновидни знаења од различни функционални подрачја.

За приспособливоста и одзивот на претпријатијата придонесува и комбинацијата на насочување на претпријатието од страна на раководните организациски структури (пристапот одгоре надолу) при истовремена динамика на експериментирање што произлегува од пониските организациски нивоа (пристапот

¹⁰⁸ Развојот на системот на постојани подобрувања овозможил брз раст на пазарните учества на јапонските претприемачки водени претпријатија во бројни дејности во 1970-тите и 1980-тите години. Голем број американски претпријатија во 1980-тите и 1990-тите се пренасочи во друг облик на претприемачки водени претпријатија, таканаречени високо продуктивни деловни системи (на англиски: high-performance work systems), кои здружуваат деловни групи за подигање на квалитетот, способноста на разрешување на проблемите и шемите на наградување со групните поттикнувања. Повеќе за тоа во Best, 2001, стр. 72.

¹⁰⁹ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 71

оддолу нагоре). Со тоа, на претпријатието му е овозможено да испроба поширок спектар на можности, кои ги поттикнуваат технолошките промени, а притоа да не дојде до оддалечување од централните технолошки можности на претпријатието. Пред сè, од аспект на технолошките промени кои се непредвидливи и чие претскажување претставува посебен предизвик, зголемувањето на можностите на претпријатието да се приспособува кон промените, е извонредно важно.

3.2.1. Новите претпријатија и технолошката диверзификација

Централните способности врз кои претпријатието ги гради своите конкурентски предности, истовремено значат и ограничување. Претпријатијата при трагањето по своите цели се соочуваат со голем број производствени можности, од кои можат да остварат, односно искористат само дел. Имено, ако поединечно претпријатие ги остварува можностите кои не го помагаат развојот на постојните активности, односно се конзистентни со нив, со тоа би можеле да го загрозат развојот на своите централни способности, значи, темелите на сопствената конкурентност. Можностите што претпријатието нема така да ги искористи, стануваат пазарни можности за други постојни претпријатија, односно за создавање нови.

Best во центарот поставува три типа можности, кои постојното претпријатие може да ги оствари за други претпријатија и кои ја поттикнуваат секундарната внатрешна динамика во претпријатијата следувачи¹¹⁰:

- Поради несигурноста поврзана со идниот технолошки развој, претпријатијата мора да ја насочат својата развојна истражувачка способност и активност во врска со развојот на новите производи во избрани можности, а од останатите мора да се откажат за да ја задржат вредноста на постојната база на свои знаења.

¹¹⁰ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 72

- Обемот на пазарот, кој го нудат новите можности, може да биде премал за да ја оправда нивната искористеност во постојното претпријатие. Нескладноста меѓу барањата на дејствувачкото претпријатие и големината на пазарот на новата технологија е „иноваторска дилема“. Иако одредената можност за постојното претпријатие е неинтересна, може, од друга страна, да значи можност за влез на ново претпријатие.
- Кога претпријатието е дел од мрежата на претпријатија, специјализирани за одредени комплементарни производствени можности, технолошката промена кај еден член значи притисок и можност за другите членови на мрежата. Со тоа може да се поттикнат технолошки промени, кои повратно влијаат врз внатрешната динамика на претпријатијата и последично ги тераат на промени во целата мрежа.

Во сите наведени примери технолошки напредното претпријатие создава производствени можности во сè уште неискористените пазарни, ниши т.е. сегменти.

Новите, мали претпријатија, можностите што произлегуваат од динамиката меѓу технолошкиот развој и пазарните можности, ги искористуваат на начин што придонесува за напредок од технологијата што се создава, а истовремено се развива и нов пазар.

Влезот на нови претпријатија, кои своите централни можности ги градат на новите технологии и активностите поврзани со нив, води кон технолошка диверзификација и најчесто е клучен за создавањето нови сектори и деловни модели.

Со тоа, динамиката на растот на претприемачки водените претпријатија влијае врз поширокиот производствен систем, иако влијанието не е автоматско.¹¹¹ Тоа зависи од развојните одлуки на постојното претпријатие, организацијата меѓу претпријатијата, како и надворешната инфраструктура¹¹²

¹¹¹ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 76

¹¹² Надворешната инфраструктура (на англиски: “extra-firm infrastructure”) ја сочинуваат секторските институции и програми, на пример, трговските здруженија, регулаторните комисии, заедничките тренинг

3.2.2. Меѓупретпријатиски мрежи

При обликувањето на своите конкурентски предности, претпријатијата произлегуваат од своите централни способности, а за време на работењето, пак, создаваат база на специфични технолошки знаења. Поради растечката специјализација на претпријатијата, поважни се способностите на претпријатијата да се поврзуваат во отворени производствени системи. Отворените системи, за кои најчесто се употребуваат и изразите хоризонтални интеграции, мултипретпријатиски интеграции, кооперации или поврзани групи на специјализирани претпријатија, се покажаа ефикасни при брз развој на новите производи и иновации, последично, пак, тој систем на поврзување стана една од основните карактеристики на конкуренцијата во деведесеттите години¹¹³.

Соработката меѓу претпријатијата се зацврстува со преминот од ценовна конкуренција кон конкуренција на производите, чија основна карактеристика е интеграцијата на развојот и производството на нови производи. Производите стануваат покомплексни, затоа за развој на нови е потребно вклучување на различни специјализирани производители, кои дејствуваат како членови по должината на производствениот синџир или дејствуваат во вредносна мрежа.

Пропуштените пазарни можности, кои определено постојно претпријатие нема да ги искористи или ќе ги испушти од различни причини, истовремено се можност за создавање нови претпријатија, значи, се можност за раст на претпријатијата и со тоа на целиот регион. Бидејќи се јакне и се шири регрутирањето на способностите на претпријатијата, се појавуваат и нови

програми, оспособување и дообразување на работниците, договори за заеднички пазарни активности (Best, 1990, стр. 17).

¹¹³ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 77

можности за воспоставување партнерства меѓу претпријатијата со комплементарни можности.

Поврзувањето на претпријатијата во отворени производствени системи влијае врз намалувањето на влезните пречки, што овозможува побрзо создавање нови претпријатија, го подигнува нивото на конкурентност на регионот, а истовремено се воспоставуваат услови во кои претпријатијата можат побрзо да одговорат на пазарните и технолошките можности. Неусогласената динамиката меѓу технолошките можности на претпријатието и пазарните можности, која го насочува дејствувањето на претприемачки водените претпријатија, е пречка на нивниот раст и истовремено и пречка за динамиката на регионалниот раст. Внатрешната динамика на претпријатијата, значи, го јакне развојниот потенцијал на регионот; дали тој навистина е искористен, пак, зависи од два клучни елемента: од стратегискиот избор во претприемачки водените претпријатија и од нивните способности за меѓусебно поврзување.

КонкурENCIЈАТА на производите бара од претпријатијата развој на единствените производи и производни можности, а се воспоставува динамика меѓу внатрешната организација на претпријатието и конкурENCIЈАТА меѓу претпријатијата. Регионите во кои претпријатијата успешно ќе преминат од ценовна конкурENCIЈА во конкурENCIЈА на производи, со тоа придобиваат конкурентска предност пред регионите во кои основа на конкурENCIЈАТА сè уште е цената¹¹⁴. Успехот на пазарот зависи, пред сè, од развојот на новите производи, технолошкиот менаџмент и способноста за иновирање, значи, фактори што се зацврстуваат со меѓусебно поврзување на претпријатијата.

Отворениот систем им нуди на претпријатијата различни можности за создавање на новостите, а притоа да не ги ограничува на поединечна можност, со што зачувуваат соодветна приспособливост. Организациониот модел на отворен систем се заснова врз заеднички правила на обликување на технолошко ниво, а со тоа се овозможува интеграција на инаку одвоено развиени компоненти.

¹¹⁴ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 78

Отвореноста на системот произлегува од јавно објавените, општопознати правила на обликување, додека, пак, во затворените системи заштитното начело на обликување не допушта независен развој на одделни компоненти во системот¹¹⁵.

3.2.3. Индустриска средина: специјализација и создавање нови производствени сектори

Последен од факторите во шемата на развојната динамика на регионот е специјализација на способностите и разновидноста во популацијата на претпријатијата во регионот. Регионалната специјализација е резултат на кумулативниот развој на способностите и на единствените комбинации на развојната динамика во претпријатијата и меѓу нив. Технолошките можности на регионот произлегуваат од технолошките можности на претпријатијата и истовремено се и средината во која претпријатијата се создаваат, растат и пропаѓаат.

Врз развојната динамика на регионот (значи, на создавањето нови претпријатија и нивниот напредок) влијае разновидноста на технологиите што ги освојуваат претпријатијата во регионот. Технолошката разновидност е посебно важна од аспект на создавање нови индустриски сектори.¹¹⁶ Нивното создавање е последица на растечката специјализација на претпријатијата, бидејќи развојот на тесно определените главни способности на поединечното претпријатие секогаш води кон поголеми разлики во можностите на претпријатијата вклучени во мрежа. Делумно, развојот на нови технологии се заснова врз новата употреба на производите, а тие истовремено се можност за исполнување на технолошките можности, нивната натамошна специјализација и со тоа и разновидноста.

¹¹⁵ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 79

¹¹⁶ Best (2001, стр. 80-81) го употребува изразот специјација – а тој значи иновации што произлегуваат од новите комбинации на технологии и водат кон нови апликации на производи и нови категории во класификацијата на дејноста.

Опстанокот на индустриските средини значи можност за непланирани комбинации на различни истражувачки и производствени активности, а со тоа се поттикнуваат технолошките промени и развојот. Индустриската средина или гроздот затоа претставува привидно колективно претприемачки водено претпријатие, кое Best¹¹⁷ го определува како „самоорганизирачки агент на промена составен од мрежно поврзани групи претпријатија кои заемно се приспособуваат“. Динамиката меѓу технолошкиот развој и пазарните можности на ниво на колективно претпријатие е основа на регионалната специјализација, а колективната претприемачка способност, пак, е основа на регионалната конкурентска предност.

Меѓу карактеристиките што му припаѓаат на привидниот циклус на регионален раст, Best, ги нагласува:

- Динамиката меѓу технолошкиот напредок и пазарните можности го поттикнува процесот на создавање нови претпријатија. Тие, пак, ја отелотворуваат регионалната технолошка диверзификација, која ги поттикнува специјализацијата и разновидноста на технолошките можности, а тие, пак, се разликувачка карактеристика на регионот.
- Индустриската средина од отворен тип истовремено е и колективна експериментална лабораторија, а групите соработувачки претпријатија, пак, се вклучени во непрестајно експериментирање преку обликување, преобликување и распаѓање на мрежите.
- Отворените системи го зголемуваат бројот на експерименти, кои се изведуваат истовремено, а со тоа се намалуваат пречките за воведување нови идеи во претпријатијата, кои веќе ги развиле своите можности во конкурентските технологии.

Отворените системи, исто така, ја поттикнуваат децентрализацијата и ширењето на способностите за развој и обликување на производите врз основа на модуларен систем на производство. Тој, пак, ги поврзува

¹¹⁷ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 83

заедничките правила на обликување на целината со децентрализацијата на обликување на компонентите. Ширењето на способностите за обликување и развој ја зголемува колективната иновациска способност.

- Разновидноста на технологии во рамките на динамичната средина значи потенцијал за иновации, кои се последица на непланираните спојувања на технологии од различни подрачја¹¹⁸.

Токму разновидноста на знаења и спојувањето на различни истражувачки подрачја, според мислењето на Kostoff,¹¹⁹ е клучна за иновативноста.

Индустриската средина или гроздот со широко регрутирање на истражувачки подрачја и со производството врзани активности кои ја поттикнуваат творечката активност, ги исполнуваат празнините, ја обновуваат базата на знаење, ги поврзуваат потребите со истражувањето и овозможуваат непланирани комбинации на технологии, нуди потенцијална корист од употребата на технолошките откритија.

¹¹⁸ Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001, стр 85

¹¹⁹ Kostoff Ronald Neil – Technology Watch and Evaluation, New York, 2001

ЧЕТВРТ ДЕЛ: ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ

4.1. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ

Истражувањето на иновативниот капацитет на компаниите-членки во кластерските здруженија во Република Македонија се изведе во периодот јуни – септември 2012 година.

Истражувањето се спроведе на примерок од 119 компании (од различни дејности). Учесниците одговараа на 33 прашања поделени на три дела според одбрани индикатори за иновативност. Анкетата се спроведе со теренско истражување на самото место.

При спроведување на истражувањето, малите, средните и големите претпријатија беа поделени во посебни категории за да се процени влијанието на бројот на вработените врз иновативноста на компаниите. Нè интересираше дали малите компании поради својата независност и брзината на приспособливост кон промените на пазарот се поиновативни од големите компании, кои честопати се потромави во приспособувањето кон промените на пазарот. Истовремено се разгледуваше дали поголемите компании поради својата големина се во подобра позиција за изнаоѓање нови извори за финансирање (кои се повеќе од потребни кога станува збор за иновации) или, пак, средните компании се во „златна средина“ меѓу приспособливоста и финансирањето.

4.1.1. Методологија на емпириското истражување

Методологијата за спроведување на истражувањето беше развиена на база на консултации со водечки стручњаци од подрачјето на иновациите, на темелите на најдобрата меѓународна практика. Посебна важност во методологијата се

посвети на едноставноста на прашањата, како и на собирањето релевантни податоци од секоја област на анализа.

Прашалникот е поделен на пет основни групи прашања. Првиот дел вклучува општи прашања за да може да се спроведе анализа на одговорите според различни категории. Вториот, третиот и четвртиот дел се структурирани така што лицето што го пополнува прашалникот одговара на прашања за вложувања во развој на иновациски капацитети, иновациски процеси и стратегии, како и резултати од вложувањата. Последниот, петти дел од прашањата, не е вклучен во пресметката на коефициентот на иновативност, а се однесува на прашања за потребите и препораките на компаниите-учеснички во истражувањето.

Коефициентот на иновативност го сочинуваат прашањата во вториот, третиот и четвртиот дел. Овие прашања имаа по пет понудени одговори, врз чија база се дава однапред дефинирана оценка. На прашањата им се доделени пондери според важноста. Потоа се пресметуваа индекси, како и ранг на секоја компанија во кластерите, во рамките на групите на мали, средни и големи претпријатија.

4.1.2. Хипотетичка рамка на емпириското истражување

Ако порано за малите економии важеше правилото - извезувај или умри, со напливот на производи/услуги на светско ниво, тоа може да се замени со правилото - биди иновативен или умри.

Иновативноста е процес на креирање или унапредување на производ, процес или институција за генерирање додадена вредност. Ова ги опфаќа технолошките иновации, но исто така и оние што се фокусираат на нови менаџмент/маркетинг техники, усвојување нови синџири за набавки или логистички канали и унапредени приоди за комуникации и медиуми. Иновациите може и мора да се случат во секој сегмент од општеството не само во полето на технологиите,

и покрај тоа што технологијата настојува да ги води исто така иновациите и во другите полиња.

Смислата на иновацијата е да креира просперитет. Базичниот концепт на просперитетот гласи:

- иновацијата ја движи продуктивноста
- продуктивноста ја гради конкурентноста
- конкурентноста креира просперитет
- просперитетот е одржлив преку иновации

Премисите на синџирот на вредности на просперитетот се:

а) просперитетот ја поддржува економската, социјалната и политичката стабилност,

б) државите мора да продолжат да иновираат за да го одржат просперитетот и

в) иновациите мора да го проткајуваат општеството, што доаѓа преку менување на начинот на мислење за нивниот квалитет на живеење, нивната влада, нивната економија и поставување на нивниот вредносен систем.

Тешкотиите на овој модел за негова поширока употреба се состојат во тоа што тој не е широко применет во земјите со растечки економии, бидејќи токму тие се фокусирани на приватизацијата, либерализацијата, дерегулацијата и модернизацијата како стратегии за растеж. Иновативниот модел што се применува во економиите на развиените држави не може директно да се примени на земјите со растечки пазари, дури и тие земји да имаат поголема потреба од иновативен приод. Треба да се има предвид дека примената на моделот е ограничена од ограничените фактори во државите кои страдаат од сиромаштија, лошо владеење и културни бариери.

Иновациите во растечките економии страдаат од многу предизвици, вклучувајќи недостаток од образовен успех, нестабилно бизнис-опкружување и слаба информациона инфраструктура. Врската меѓу едукативниот успех и иновациите се одредува со способноста за учење. Знаењето е клучот за креативен приод, а образовното ниво е клучен инпут за иновации. Ако образовниот успех е

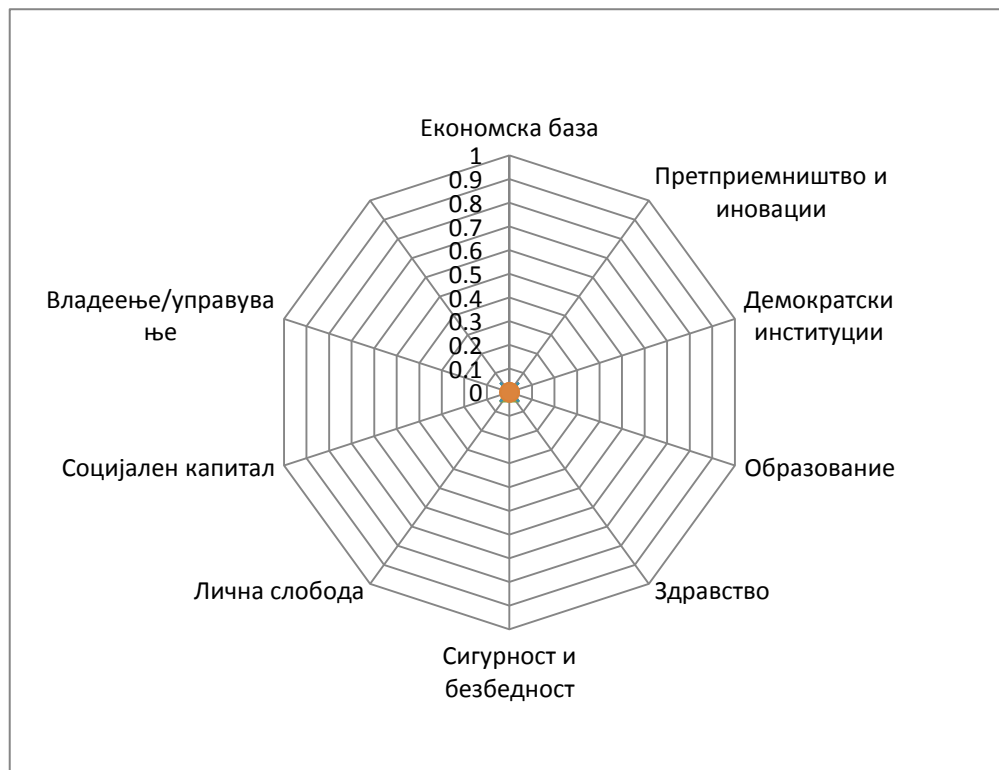
единствениот фактор, тогаш државите, како што се Јордан и Романија, би биле лидери, затоа што нивото на едукација кај нив, согласно со Индексот на глобална конкурентност, е високо.

Нестабилната бизнис-клима исто така претставува застрашувачки предизвик за иновации во растечките пазари. Институциите од јавниот сектор тежнеат да бидат многубројни, но честопати се отпорни на политики наклонети кон бизнисот и треба ултимативно да ја намалат бирократијата, да ја зголемат конкурентноста и да го развијат приватниот сектор.

Друг клучен предизвик за развој на иновациите во растечките економии е слабата информациска структура. Во некои земји фокусот е на недостаток на компјутери и интернет, исто така може да биде недоволен пристап до статистички податоци, анализи и евалуации, кои се неопходни за донесување економски одлуки за поттикнување иновации и последователно просперитет. Ако информацијата е моќ, тогаш многу растечки економии се беспомошни поради недостатокот од свртување на курсот на базите на макро и микроекономските податоци, во насока да направат звучна одлука во врска со економијата, општеството и образованието. Во голем број растечки пазари, дури и оние што се сметаат со висок приход, истражувачките институции егзистираат во почетна форма, повеќето се сместени во универзитетите, кои нив ги гледаат повеќе како академски отколку како економски развојни институции. Кога ова се комбинира со несофистицирана и застарена информација на ниво на јавен сектор, ова ги остава и бизнисите и владините претставници без пристап до податоци што формираат фонд за обзnanување на економската политика.

Овие предизвици, како и оние што се фокусирани на културните парадигми, се значителни ограничувачки фактори во интегрирањето на иновациите во растечките пазари. Ова не ги прави иновациите невозможни, но ги менува механизмите што се неопходни за нивно постигнување. Основната линија за вклучување на иновациите во контекстот на растечките пазари е способноста на сите засегнати страни (јавниот сектор, приватниот сектор, универзитетите,

невладините организации и донаторите) да ја разберат поврзаноста меѓу иновациите и просперитетот.



Шема 7: Врската на иновативноста со просперитетот

4.1.3. Користени методи при емпириското истражување

Истражувањето за коефициентот на иновативност на компаниите-членки во кластерските здруженија се спроведе во периодот од јуни до септември 2012 година преку стандардизиран анкетен прашалник, кој содржи 33 прашања.

Сопствениците или директорите на малите, средите и големите претпријатија од сите региони во Република Македонија го пополнуваа прашалникот самостојно или со наша помош.

Од 594 претпријатија кои беа основа за истражувањето (членки на 10-те кластерски здруженија што беа база за истражувањето), заклучно за истражување одбрав 119 претпријатија. Големината на примерокот ја ограничив поради потребата за повик и проверување на контактните податоци, која при големина на примерокот од 594 компании, значително ќе го отежнеше истражувањето. Со големината на примерокот од 119 претпријатија ги исполнив мерилата за постапка со големи примероци и со тоа се намалија и трошоците за изведба на истражувањето.

Податоците статистички ги обработив дескриптивно (описна или униваријантна статистика). Кај прашањата на кои анкетираниите одговараа така што го означуваа своето сложување со изјави или оцена на важност со подлога на Ликертовата скала од 1 до 5, ги почитував просечните вредности – заради полесно претставување, кое графички го прикажувам со столбови. Отворените прашања се обработени поопширно, во анализата исто така се наведени некои најчести коментари, односно образложенија на одговори.

4.1.4. Обработка и анализа на собраните информации

Голем број од компаниите ја сметаат иновативноста како многу важен аспект од своето дејствување – дури 68% од компаниите ги наведоа иновациите како најголем или меѓу трите приоритети во работењето.

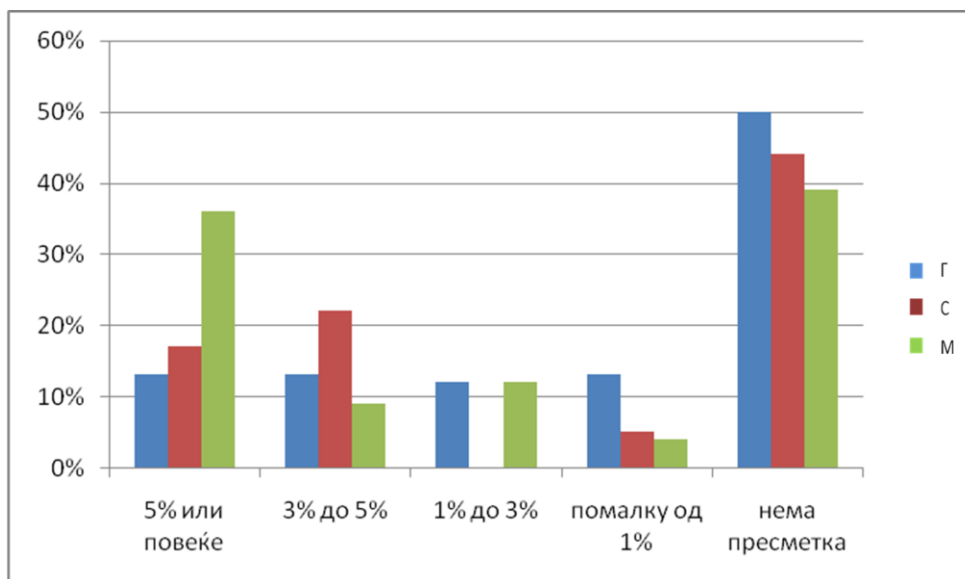
Повеќе од две третини од компаниите што учествуваа во истражувањето себеси се сметаат за иновативни компании и тврдат дека нивните партнери, купувачи и снабдувачи ги доживуваат како иновативни. Меѓутоа, помалку од половина од овие компании буџетира релевантни средства во сопствените пресметки за развој на иновативноста, а само малку повеќе од една третина има организирано воспоставен иновациски процес – од идеја до комерцијален производ. Повеќе од половина од компаниите немаат организиран пристап за поттикнување и собирање идеи од вработените. Сето тоа им остава на

компаниите многу простор за значаен развој на сопствените иновациски капацитети, процеси и стратегии.

Интересна е всушност споредбата и разликите во категориите меѓу малите, средните и големите компании. Иако малите и средни компании се многу побрзи во комерцијализација на иновациите, многу полесен пристап до финансиски средства имаат големите компании, што им дава значителна предност во бројот на развиени и комерцијализирани иновации.

И покрај својата можност за полесно прибирање на потребните финансиски средства, големите компании во поглед на алоцираните средства за иновации, во прилична мерка заостануваат зад малите и средните компании. Додека 36% од малите компании има повеќе од 5% од вкупниот приход алоцирано за иновации, само 12% од анкетираните големи компании има ист износ на алоцирани средства. Соодветно со ова, 50% од големите компании нема алоцирани средства во пресметките наменети за иновации, додека во иста ситуација се нашле 36% мали и 43% средни компании.

Овие резултати укажуваат на фактот дека големите македонски компании треба да посветат поголемо внимание на градење сопствени иновациски капацитети низ подобра интеграција на иновациските процеси во работењето на компаниите и да развијат стратегија што има цел континуиран развој на иновативниот капацитет.

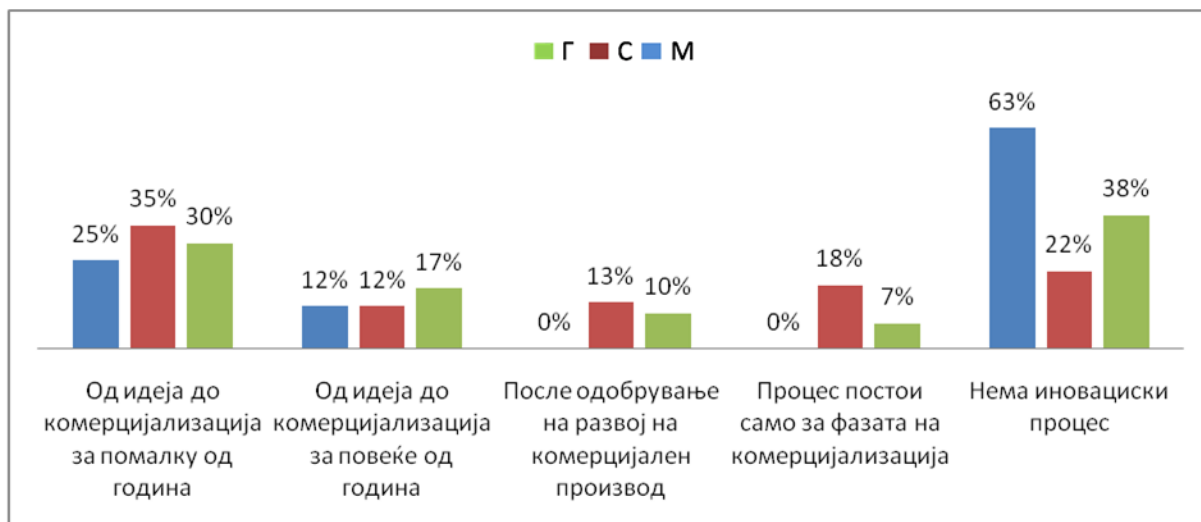


Легенда: М – мали; С - средни; Г - големи претпријатија

График 1: Удел на алоцираните средства за иновации во вкупните пресметки

Благодарение на својата подвижност и брзина на реакција, малите компании би требало да имаат најкратко време за да дојдат до квалитетна идеја до фазата на пласман на пазарот, но меѓу испитаните компании тоа не е целосно точно. 35% средни компании имаат воспоставен иновациски процес, па за комерцијализација на квалитетна идеја им треба помалку од една година, а исто толку време им е потребно на 30% мали и 25% големи компании.

Но, бројката што потврдува дека големите компании сè уште не можат да се носат со малите и средните компании кога е во прашање брзината на пласирање на производот на пазарот е дека дури 63% од големите компании нема стандарден иновациски процес, што е случај кај 38% мали и 22% средни компании.



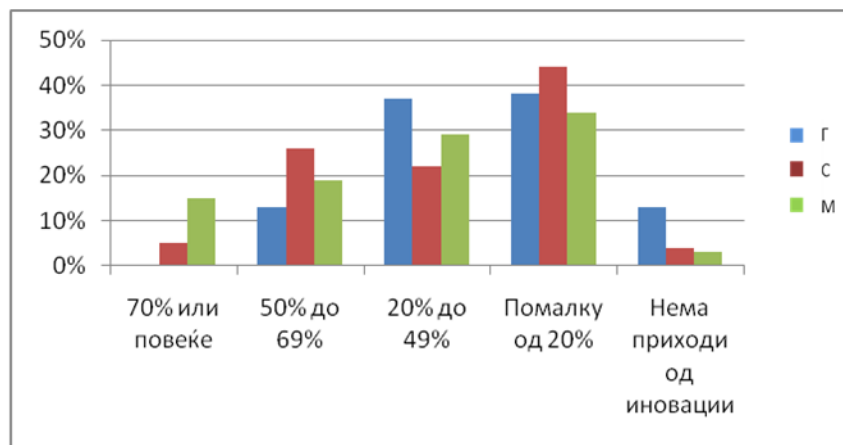
Легенда: М –мали; С - средни; Г - големи претпријатија

График 2: Иновациони процес, време потребно за комерцијализација

Но, кога станува збор за бројот на нови или подобрени производи или услуги што ги развиле компаниите во последните три години, големите компании се во голема предност пред малите и средните компании благодарение на полесниот пристап до финансиски средства. Благодарение на тоа, дури 50% од големите компании во изминатите три години развиле од 10 или повеќе производи, додека ист број производи развиле само 4% средни и 16% мали македонски компании. Се разбира, притоа треба да се земе предвид дека поголемите компании имаат поголемо портфолио на производи.

Слична е ситуацијата и кај комерцијализацијата на нови или подобрени производи, каде што 10 или повеќе производи успешно комерцијализирале 25% големи, 4% средни и 9% мали компании. 38% големи компании во изминатите три години комерцијализирале од 5 до 9 производи, а ист резултат оствариле и 30% средни и 22% мали компании, на кои во овој сегмент на иновативност нивната величина им го отежнувала развојот и комерцијализацијата на голем број нови производи.

Показател дека сепак малите компании што први ја препознале важноста на иновативноста како клуч за нивниот опстанок и постигнување конкурентност на пазарот е учеството на приходот од иновативните производи и услуги во вкупниот приход на компанијата. Така, 15% мали компании во последната финансиска година од комерцијализација на иновациите оствариле повеќе од 70% од вкупниот приход, додека ист резултат оствариле само 4% средни и ниту една голема компанија. Тоа сугерира дека средните и големите компании, иако имаат поголем број на новоразвиени производи т.е. услуги, создаваат нови производи/услуги што или не се оние што пазарот ги бара или треба да ги насочат своите напори на намалување на временскиот период потребен за пласирање на производот на пазарот (англ. time to market).



Легенда: М – мали; С - средни; Г - големи претпријатија

График 3: Учество на приходите од иновативни производи/услуги во вкупниот приход на компанијата

Иновативен капацитет

Иновативниот капацитет е способност за произведување иновациски активности и развивање потенцијал за создавање иновации. Како би можеле овие потенцијали да се развијат во целост, потребно е постојано градење и зајакнување на иновацискиот состав, кој се темели врз иновативни вработени, ИКТ структура, иновативни процедури, постапки, организација, култура, како и иновациска стратегија. Кога во одредена компанија сиве овие фактори би биле на оптимално ниво, иновацијата ќе се манифестира како нова економска вредност, како во деловните процеси, така и во иновативни пазарни добра.

Речиси сите компании што учествуваа во истражувањето разбрале дека поттикнувањето на вработените на развивање и предлагање идеи е многу значајно за создавање иновативна организација, но дури **55% од испитаните компании навеле дека немаат организиран пристап за поттикнување и прибирање идеи од вработените, туку тие настануваат како последица на спонтан процес или големи амбиции на поединци.**

Идеите што настануваат спонтано честопати не се точно она што ѝ е потребно на компанијата во одредено подрачје, затоа преку мотивација на вработените треба да се постигне создавање идеи за точно одреден проблем, т.е. подрачје. Преостанатите компании имаат еден или повеќе начини за поттикнување на вработените преку алоцирање средства за развој на идеи, веб-портали или лица задолжени за собирање идеи. Само 2% од испитаните компании не го поттикнуваат развојот на идеи во рамките на организацијата.

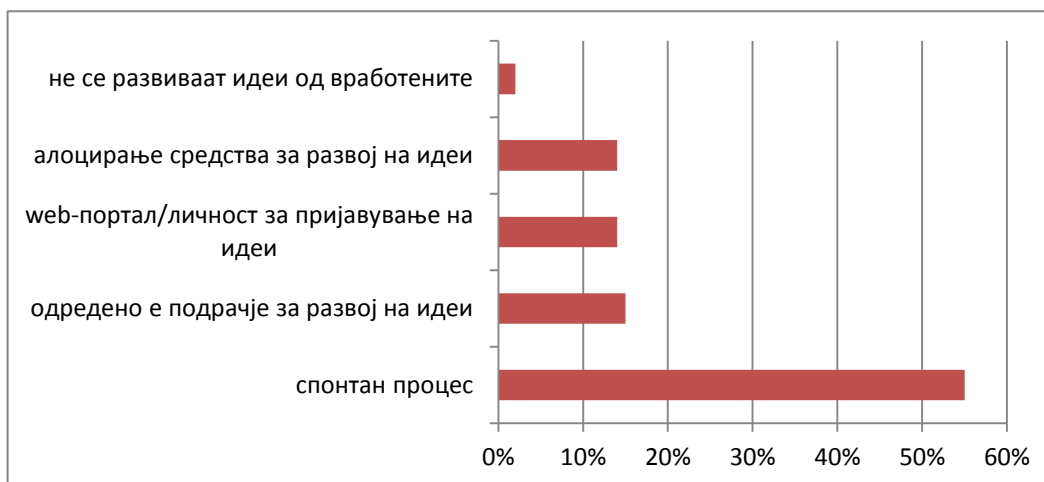


График 4: Начини на развој на идеи во рамките на организацијата

Иако добрата идеја е основа за развој на иновативноста, самата како таква е недоволна. Развојот на иновативноста постојано бара ресурси од разни извори, а истражувањето покажа дека дури кај 50% од компаниите, развојот на иновацијата, т.е. создавање производи и услуги за пазарот честопати се финансира од различни надворешни извори преку ризичен капитал и/или различни средства за поддршка за да се олесни развојот на нови производи/услуги. На тој начин, свои иновации развиваат 35% од анкетираните компании, користејќи ризичен капитал и различни средства за поддршка во комбинација со сопствени средства.

Исто така, вреднувањето на идеите и иновативноста внатре во организацијата е многу значајно за развој на иновативноста. Со воведување правила за наградување, вработените добиваат дополнителна мотивација, па на тој начин се поподготвени да понудат нови идеи, но и да учествуваат во изградба на корпоративна култура која ја вреднува иновативноста. Според истражувањето, повеќе од половина (59%) компании иновативноста ја наградуваат исклучително преку зголемување на платата, поголеми бонуси или еднократни парични награди. Практиката покажува дека предлагањето на идеи и создавање иновативна култура

што ја поттикнува иновативноста и креативноста во сите делови на компанијата најдобро се поттикнуваат со комбинирање на материјални и нематеријални награди. Таков начин користат помалку од 20% од испитаните компании, комбинирајќи го претходно наведеното зголемување на платата со можности за брзо напредување, усни пофалби, како и со можности за учество во профитот на компанијата, како и сопственоста на патентот. Од друга страна, само 7% од анкетираниите компании не ја вреднуваат иновативноста во рамките на организацијата.

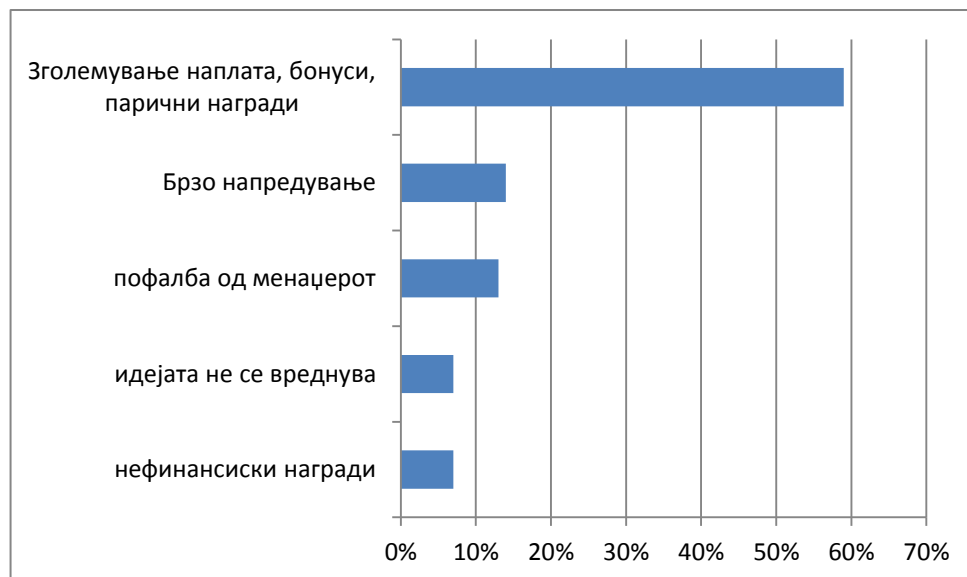


График 5: Вреднување на идеите и иновативноста

Освен мотивација на вработените и системи за финансирање, за развој на иновации е потребно да се има добро организирана компанија, јасно дефинирани договори за работа кои ги вреднуваат индивидуалните активности за развој на иновативноста, како и вработени со капацитет за осмислување и воведување иновации.

Примери на водечки компании во светот со најразвиени системи за иновативност укажуваат дека еден од клучните фактори за развој на иновативноста на компанијата е јасно организиран систем со точно одредена одговорна личност – Chief innovation Officer - во управата на компанијата или повисокиот менаџмент.

Според спроведеното истражување, во само 17% од компаниите формално постои личност или оддел одговорен за иновации, додека кај 27% оваа функција е неформална или делумна, 25% од македонските компании сè уште сметаат дека воведувањето на таков систем е непотребен, така што во овие компании не постои личност или тим одговорен за иновации.

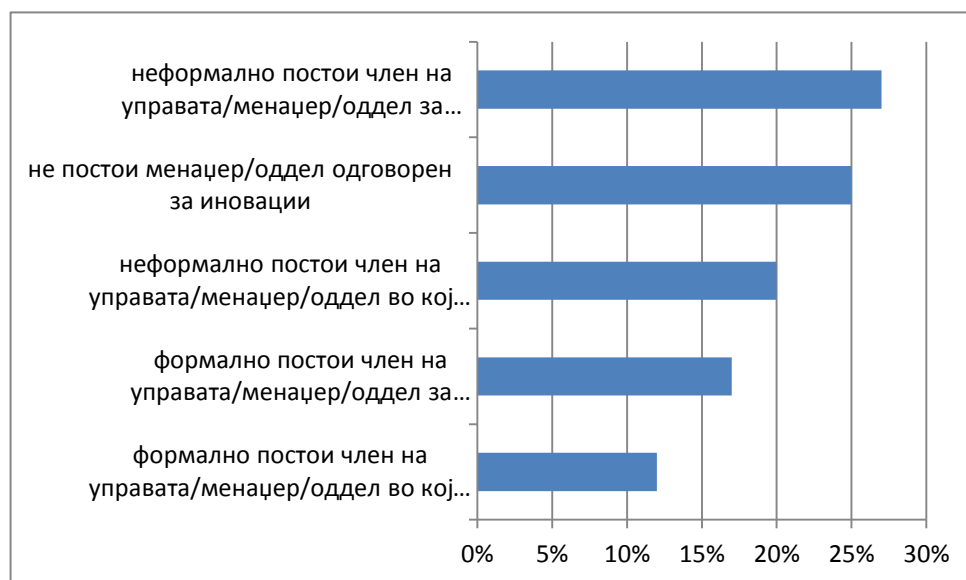


График 6: Лице или тим одговорно за иновации

Кога станува збор за вработување нови работници со капацитети за осмислување иновации, 14% од анкетираните компании при вработување не го зема предвид капацитетот за иновации, додека останатите 86% комбинира различни методи на проверка како податоци од CV-то на вработените. Како метод за проверка на капацитетот за иновации се користи анализата на CV-то, тестови

при приемот за вработување, како и слични методи од подрачјето на управувањето со човечките ресурси, со што од самиот почеток се создава организациска култура со висок капацитет за создавање иновации.

Иновативни процеси и стратегија

Иновативните процеси и иновативната стратегија се тесно поврзани и укажуваат на кој начин компанијата развива иновации, дали иновациите се дел од начинот на размислување за работењето или нешто што се случува случајно. Додека иновативните процеси осигуруваат транспарентен и организиран начин внатре во успешна компанија или организација, иновативната стратегија и дава на компанијата или организацијата насоки и стратегиска рамка за организиран развој на иновативноста, осигурувајќи притоа поголем ефект во остварувањето на иновативните резултати, т.е. реализирањето на иновацијата.

Македонските компании недоволно квалитетно управуваат со развојот на иновациите – немаат структуриран процес на собирање, процена и избор на идеи, како и премногу ретко успешно ги комерцијализираат идеите.

Речиси половина од анкетираните компании (45%) исклучиво самостојно ги спроведува истражувачките активности, додека малку помалку (40%) самостојно ги спроведува активностите за развој. Само 9% компании не спроведуваат никаков вид истражување, а само 1% не спроведуваат активности за развој. Овој процент е изразито висок со оглед на тоа што вкупните деловни трошоци за истражување и развој во бруто домашниот производ (БДП) на Македонија во последните години се намалува или стагнира.

Исто така, ставка на иновативните процеси се и иновативните состаноци, кои за цел треба да имаат осмислување иновации и унапредување на деловните процеси. Редовно одржување на вакви состаноци ја поттикнува креативноста на

вработените, а идеите се насочуваат на подрачја важни за развој на иновативност на одговорната личност. 38% од македонските компании одржуваат состаноци еднаш неделно или почесто, чија цел е осмислување иновации, додека 17% од нив не одржуваат состаноци од ваков тип. Состојбата со состаноците со цел унапредување на деловните процеси е малку подобра, така што 49% од анкетираните компании одржуваат ваков тип состаноци неделно или почесто, а само 8% навеле дека не одржуваат такви состаноци.

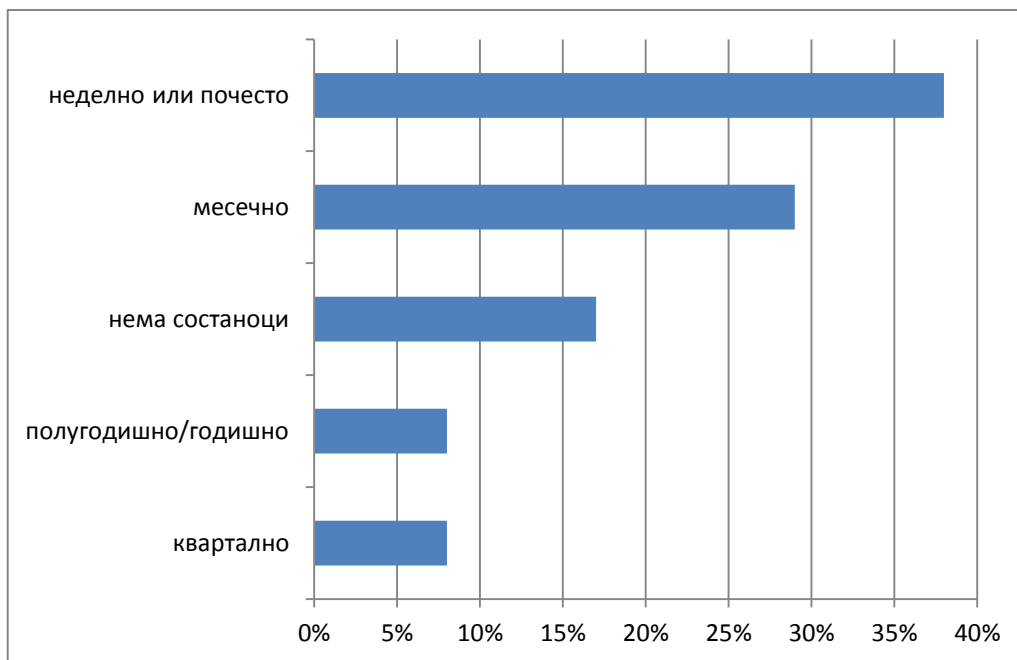


График 7: Иновативни состаноци (осмислување иновации)

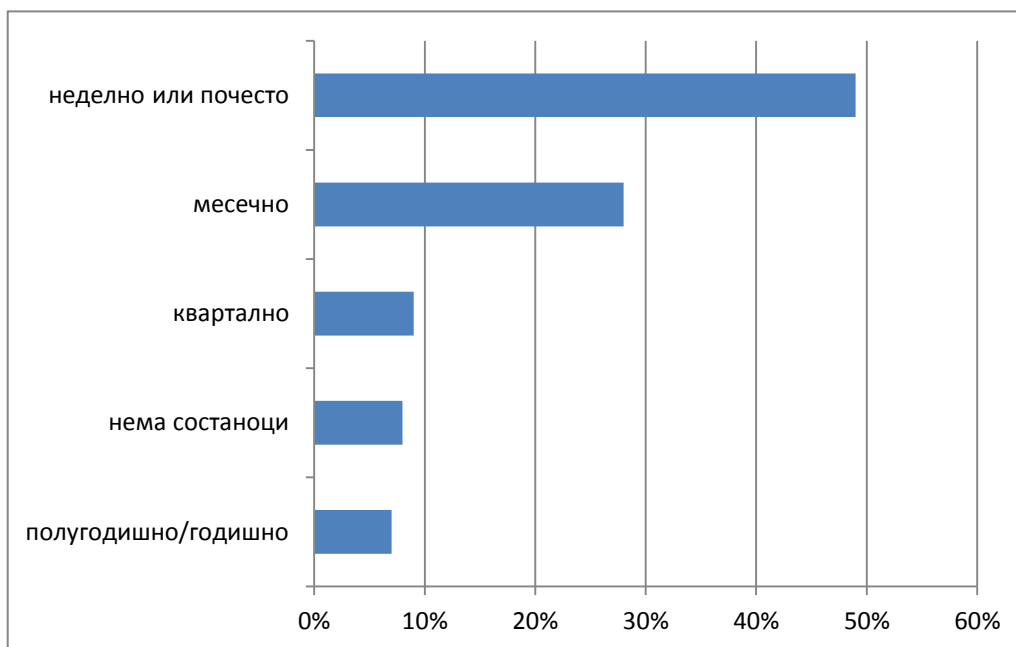


График 8: Иновативни состаноци (унапредување на деловни процеси)

45% од анкетираните компании навеле дека стратегијата за развој на иновации е интегриран дел од вкупната стратегија и дека како таква им е позната на сите вработени. 23% од компаниите имаат интегрирана стратегија за иновации, но таа не им е позната на сите во компанијата, а 20% се изјасниле дека постои стратегија за иновации, но не е формализирана. Од друга страна, мал дел од македонските компании, 12%, наведуваат дека во нивните компании не постои стратегија за иновации, што го потврдува и тоа дека на ваквите компании иновациите не им се приоритет или им се придава сосема мало внимание.

Иновативен резултат

Кога се зборува за иновативните резултати, битно е да се запамети дека вложувањата во иновации се долгорочни, но на крајот мора да даваат конкретни резултати во вид на нови или значајно подобрени производи/услуги, процеси,

процедури или деловни методи во различни деловни подрачја и организациски аспекти. Иновациски резултат е производ од управувањето со иновативните активности на компанијата и влијае врз параметрите за успешност од работењето, особено на приходот од продажбата и оперативната добивка.

За да дознаеме какви резултати оствариле македонските компании благодарение на иновативноста, се испитува на кој начин компаниите ги штитат своите производи, дали во последните неколку години развиле и комерцијализирале нови или подобрени производи, дали вовеле маркетиншки и организациски промени и какви резултати оствариле благодарение на пласманот на иновации на пазарот.

46% од анкетираните компании се изјасниле дека во последните три години развиле 2 до 4 нови или значајно подобрени производи, а 43% компании успеале да комерцијализираат толку производи. **Само 16% од македонските компании во последните три години развиле 10 или повеќе нови производи, додека тој број производи успешно ги комерцијализирале само 10%.** Само 2% компании во тој временски период не развиле ниту еден нов или подобрен производ/услуга, а 7% од нов не успеале да ги комерцијализираат новите производи.

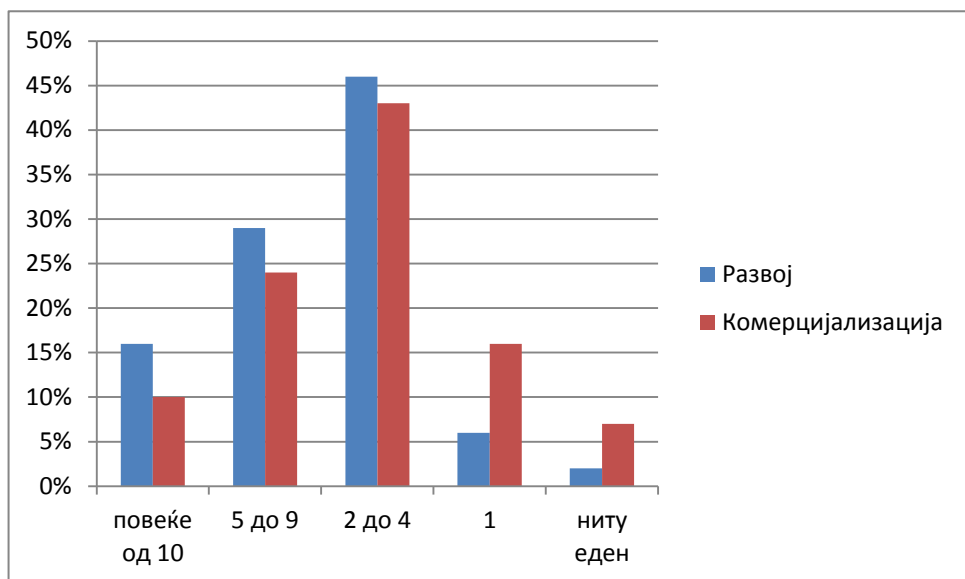


График 9: Развој и комерцијализација на нови или подобрени производи или услуги

И покрај тоа што поголемиот дел од компаниите во последните три години развиле и комерцијализирале нови производ, 41% наведуваат дека немаат заштитено производи или услуги. Кај останатите 59% македонските компании подеднакво се застапени различни видови заштита, како што се патент, трговска марка, индустриски дизајн и авторски права.

Како што е претходно споменато, вложувањето во иновации мора да даде конкретни резултати и да влијае врз показателите за успешност на работењето. Еден од многу значајните показатели за компаниите е приходот остварен од новите производи и услуги. **36% од анкетираниите компании забележале до 20% приход од нови производи и услуги во вкупно остварениот приход.** Малку помал дел од македонските компании (20%) оствариле нови производи и услуги од 50% до 69% од вкупниот приход, а 12% од нив оствариле над 70%. Резултатите укажуваат дека со истражувањето се опфатени и натпросечно иновативни компании што остваруваат релативно висок удел во приходите од иновации. Но, примерите од вакви компании укажуваат на голем потенцијал за подобрување на приходите од иновации и во останатите компании. Со зголемување на

иновативниот капацитети со унапредување на иновативните процеси компаниите создаваат предуслови за развој на поголем број нови производи, а со самото тоа добиваат и поголема шанса за нивна комерцијализација, со што иновативните производи стануваат темел на дејствување на нивните организации.

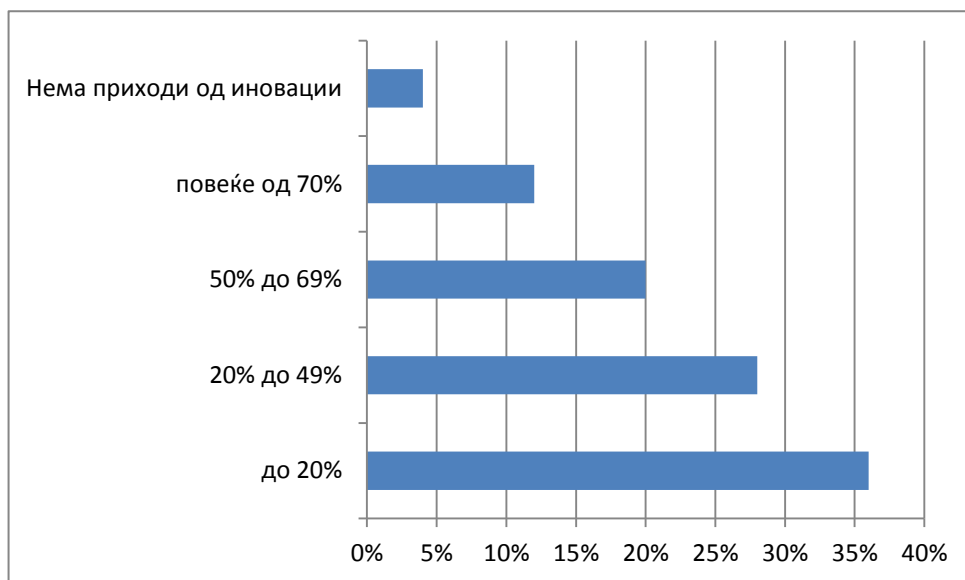


График 10: Удел во приходите од нови производи/услуги во вкупниот приход

Понатаму, благодарение на пласманот на сопствените иновации на пазарот во последните три години, 68% од анкетираните компании оствариле зголемување на приходите, вработувањата и пазарното учество. Ова е посебно битно да се истакне бидејќи истражувањето се однесува на периодот на економската криза. Со други зборови, иновациите одиграле важна улога во совладувањето на неповолните економски услови на пазарот.

Со желба да реализираат поголеми иновативни резултати и со тоа да ја зголемат конкурентноста и да го подобрат работењето, 86% од анкетираните компании спровеле некој вид маркетиншка промена, а 90% некој вид организациска промена. Најчести маркетиншки примени се воведување нови

техники на промоција, како и нови начини на пласирање на производите на пазарот, додека најчести организациски промени спроведени од страна на компаниите се воведување промени во деловните процеси во однос на другите компании.

Важна потврда на сопствената иновативност за компаниите е перцепцијата на другите. Токму поради тоа постоеше желбата да се истражи дали компаниите имаат сознанија за тоа колку нивното опкружување ги смета за иновативни во споредба со тоа на кој начин ја перципираат сопствената иновативност. 73% од анкетираниите компании сметаат дека партнерите/купувачите/снабдувачите ги доживуваат како иновативни или особено иновативни компании, додека 70% од нив себеси се сметаат за особено иновативни.

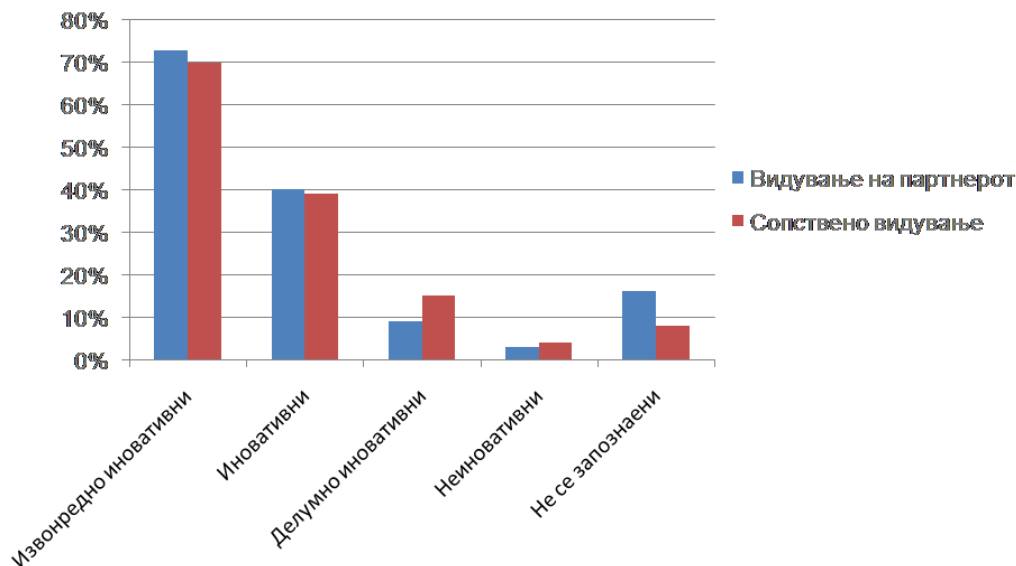


График 11: Перцепција на иновативноста

4.1.5. Резултати, констатации, коментари и препораки по спроведеното истражување

Истражувањето покажа дека компаниите ѝ посветуваат големо внимание на иновативноста и дека таа има висок приоритет во деловните стратегии, но истовремено поголемиот дел од компаниите немаат организиран пристап за собирање, проценка и селекција на идеи, многу ретко успешно ги комерцијализираат идеите, а исто така немаат лице во компанијата одговорно за иновации.

Повеќе од две третини од македонските компании-членки во кластерите себеси се сметаат за иновативни компании и тврдат дека партнерите, купувачите и снабдувачите ги доживуваат нив како иновативни, иако помалку од половина од овие компании алоцираат средства од сопствените буџети за развој на иновативноста. Само малку повеќе од една третина од компаниите имаат воспоставен иновативен процес – од идеја до комерцијален производ. Резултат од таквиот пристап за развој на иновациските капацитети е многу малиот број компании што остваруваат значајни приходи од нови производи и услуги.

Иако има поголем број новоразвиени производи, т.е. услуги од страна на малите компании, анализата укажува дека средните и малите претпријатија треба да ги насочат своите напори на намалување на временскиот период потребен за пласирање на производот на пазарот (англ. time to market).

Малите претпријатија први ја препознаа важноста на иновативноста како клуч за нивниот опстанок и постигнување конкурентност на пазарот низ показателот удел во приходот од иновативноста на производите и услугите во вкупниот приход на компанијата.

Дури ни најдобро оценетите компании според спроведеното истражување не се блиску до посакуваниот степен на иновативност, освојувајќи само 78% од максималниот број бодови.

Сиве овие резултати покажуваат дека македонските компании-членки во кластерските здруженија, имаат многу можности за развој на сопствени

иновациски капацитети, процеси и стратегии доколку почнат систематски да пристапуваат кон развој на идеи и иновации, исто така потребно е да разберат дека апсолутната спонтаност не создава квалитетни механизми за развој на иновативен капацитет. Иновативноста мора да стане приоритет не само на хартија, туку мора да биде проткаена низ стратегијата, целите на организацијата и сите процеси, како темел за успешно и долгорочно дејствување.

ПЕТТИ ДЕЛ: СОГЛЕДУВАЊА И ПРЕПОРАКИ ЗА РАЗВИВАЊЕ И УНАПРЕДУВАЊЕ НА ПОВРЗУВАЊАТА НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ВО КЛАСТЕРИ

5.1. Оптимален модел на кластеринг во Република Македонија

Поврзувањето во кластери во Република Македонија беше иницирано од проектот „Македонска активност за конкурентност“ (МСА)¹²⁰, по завршувањето на овој проект, поддршката на кластерите и кластерингот ја презеде Министерството за економија. Ова министерство го потпомогна етаблирањето на неколку нови кластерски иницијативи, подготвува среднорочни и годишни програми за поддршка на кластерите, организира промоција и обука за подигнување на свеста за кластерингот и за надградување на менаџерскиот капацитет на канцелариите на кластерите, како и за раководителите на членките на кластерите. Препорака е Република Македонија максимално да го искористи веќе стекнатото искуствено дизајнирањето и димензионирањето на идната интервенција во поддршка на кластерите.

Институционалната помош на малите и средните претпријатија во ЕУ сè повеќе се насочува преку кластерите. Така, постепено, но сигурно се заменуваат досегашните генерални форми на поддршка на овие претпријатија. Еден од најновите и најрелевантни стратески документи на ЕУ за кластерингот е Европскиот меморандум за кластери. Тој ги поставува насоките и политиките на ЕУ на ова поле за наредниот период. И во овој документ се констатира дека Европа е исправена пред предизвикот за иновации и на нив се гледа како на главниот креатор на новата европска визија за развој и просперитет. Кластерите се сфатени како инструмент и моќен катализатор на овој процес. Препорака е Република Македонија да ги следи овие трендови.

Препорака е улогата на државата, односно Министерството за економија во процесот на развој на кластерите да има улога на катализатор. Основен принцип

¹²⁰ МСА (Macedonian Competitiveness Activities), УСАИД, 2002-2006

во развојот на кластерите да биде принципот **оддолу нагоре и учење низ практика**. Ова се најсовремени доктрини во развојот на кластерите и овозможуваат постојано приспособување на мерките, како и воведување нови инструменти за спроведување на кластерските политики приспособени кон актуелната фаза на развој на активните кластери.

Препорака е интервенцијата да се префрла од креирање кластери кон креирање успешни мерки што ќе го потпомагаат нивниот развој. Ова значи насочување на напорите и на инвестициите кон региони каде што веќе постојат предуслови и одредена конкурентска предност. Државата притоа треба да го подготви теренот, да обезбеди широка поддршка за кластерот од сите заинтересирани страни/стејкхолдери и да донесе поволни политики, но вистинската работа и создавањето на вредноста мора да остане на страна на компаниите во кластерот.

При дизајнирање и димензионирање на интервенцијата на полето на поддршка на кластерите, стручните служби на Министерството за економија треба да се грижат кластерот што аплицира да ги содржи сите суштински елементи на кластер: да има критична маса компании и да има подготвено стратегија од која ќе се гледа како кластерот ќе придонесува за зголемувањето на конкурентноста на членките.

Се препорачува Министерството за економија да предвиди средства за субвенционирање разновидни програми за обука на раководните тимови на кластерите за генерални менаџерски способности, но и во спецификите на соодветната индустрија, како и во обука за пристап до финансиски средства за развој.

Се препорачува државата посебно да помогне во интензивна промоција на поврзувањата, соработката и вмрежувањето како фактори за успех во глобалната економија и промоција на политиката за конкурентност и програми наменети за малите и средните претпријатија.

Препорака е државата да продолжи да ја поддржува интернационализацијата на кластерите низ разновидни промотивни активности.

Во однос на потребата од координација на сите фактори на национално ниво, препорака е да се продолжи да се организира Годишна конференција за кластерите и да се основа Национално координативно тело за кластери, како место каде што би се сугерирала национална стратегија за кластери и би се тестирале политиките и алатките за поддршка на кластерингот.

Имплементацијата на програмата да им се довери на веќе постојните агенции и центри за поддршка на претприемаштвото. Агенцијата за поддршка на претприемаштвото (АППРМ) треба да игра клучна улога во тој процес. Како агенција за имплементација на политиките за ефективна поддршка на претприемаштвото, самовработувањето и промовирањето на деловната иницијатива, АППРМ секако дека има задача и да идентификува потенцијални кластери и да работи со веќе етаблираните кластери. Развојот на локалните кластери треба да биде во домен на регионалните центри за развој на бизнисот и центрите за локален и регионален економски развој.

5.1.1. Потребата за моделирање

Досега никој не успеал да развие рецепт за успешно воспоставување деловен грозд/кластер, секој успешен грозд е оригинална приказна. Но, ова не значи дека не може да се извлечат некои вообичаени грешки што неизбежно водат кон неуспех на еден проект за деловни гроздови, како и дека не може да се понудат модели, кои доколку би се постигнале во практика, не би воделе сигурно кон успешен деловен грозд. Обиди за искористување на веќе функционирачки модели има многу, пример, во Сајберџаја, нова силиконска долина во Малезија,¹²¹ Едукејшн сити¹²² и Село на знаење, замислени по моделот на Кембриџ во

¹²¹ www.cyberjaya.gov.my

¹²² <http://www.educationcity.com.au/>

Австралија, односно во Дубаи¹²³. Се покажува дека не е доволно само просто здружување на науката и технологијата, од една страна со иницијативата на претприемачите за да се оствари нов квалитет и одржлив економски развој базиран врз синергија на ефектите на сите инволвирани.

Тешко дека може да се најде пример на успешен грозд основан со копирање на веќе постојни модели. Таквите гроздови, односно кластери, како по правило, се развиваат многу бавно, а тежат брзо да исчезнат или не успеваат да ги исполнат целите.

Едноставно, деловната околина и социоекономското опкружување и времето не се исти. Бидејќи околината не може соодветно да се копира, шансите на копијата се навистина мали. Сепак, анализата на најдобрата европска и светска практика на полето на деловните гроздови природно наметнува одредени позитивни искуства кои изгледа дека се присутни кај повеќето успешни примери на гроздење/кластеринг, но и одредени негативни искуства што може да се најдат во повеќето нефункционални напори за организирање грозд.

Како резултат на овие искуства и оние собрани во анализата на тековната состојба со деловните гроздови во Македонија, како и од констатациите на интервјуираните стејкхолдери и креаторите на политики за гроздење кај нас, може да се креира модел на функционален деловен грозд, кој доколку би ги постигнал целите, вредноста на одделните параметри (структура, својства) и параметри (цели и нивно исполнување), би имал повеќе од реални шанси да биде успешен во наши услови.

Како генерални фактори на успехот на еден грозд т.е. кластер се издвојуваат: јасен концепт и перцепција за вредност од членувањето, силно лидерство посветено на развој на гроздот, јасна визија што се сака да се постигне со гроздот и јасни и реални цели за гроздот и усвоен план за дејствување. Додатни фактори, согласно со дефиницијата на Портер, се доверба во снабдувачите од регионот, квалитет на образованието и обука во регионот, модерна технологија во фабриките и иновативност и спремност за експеримент кај

¹²³ <http://www.kv.ae/en/default.asp>

членките на гроздот. Моделот мора да ги вгради овие фактори, но и да обезбеди критична маса (да биде доволно голем), како и да има јасна интерна структура.

Моделирањето понекогаш претставува претерано поедноставување на реалноста на една појава. Но, тоа е неопходно да се направи ако се сака да се потенцираат клучните параметри, варијабли и процеси што ја обликуваат. Така, треба да се разбере и моделот презентираан подолу. Од него може да се тргне и во процесот на идентификување на реални активни деловни гроздови, кои на дадено подрачје веќе постојат спонтано, а членките се свесни или несвесни за тоа дека, всушност, дејствуваат како грозд.

Од основниот модел би можело да се тргне и во процесот на стратегиско планирање (концептуализација) на идните деловни гроздови, како и во подготовката на нивна стратегија. Во секој случај, тој сепак не е и не може да биде обигаторен за секоја група компании. Тој може слободно да се приспособува, особено во смисла на поставување построги критериуми за вредноста на одделните параметри. Но, доколку организаторите на потенцијален грозд сметаат дека некои од неговите параметри се престоги, тогаш нивна корекција надолу треба да се направи само по сериозна анализа на објективната состојба на даденото географско подрачје и спецификата на гранката и во услови на постоење на многу разумни уверувања за одржливоста на идниот деловен грозд.

5.1.2. Мапирање на макрониво

Во обидите да се состави еден оптимален модел на гроздење во Македонија, најпрвин ќе почнеме со мапирање на постојните и потенцијалните деловни гроздови. Испитувањето и трасирањето на зависноста меѓу индустриите се користи како прв чекор при моделирањето на гроздовите. За тоа се користат инпут-аупут табелите. Тие покажуваат величина и правец на меѓузависноста по

поединечни гранки или претпријатија, при што величината укажува на можно постоење на деловен грозд.

Исто се постапува на ниво на одделни претпријатија, при анализата на должничко-доверителските односи по основ на промет на стоки и услуги. Ако се откријат силно поврзани дејности и претпријатија, тогаш може да се пресметува факторот на меѓузависност. Тој може да биде фактор на зависност на гроздот во однос на дадена индустрија и фактор на зависност на дадена индустрија од некој грозд, и конечно, како индекс на меѓузависност меѓу два грозда. Врз основа на овој пристап, а следејќи ги врските меѓу претпријатијата, се забележуваат одделни дејности (производи/услуги), кои според концентрацијата во одделните статистички области, би можеле да послужат како потенцијални деловни гроздови за интервенција одгоре надолу.

Подолу е дадена матрицата регион/производи како модел за гроздење во Македонија на макрониво.

Базичната цел на мапирање на компаниите во согласност со географската концентрација има функција да ги идентификува индустриите во осумтте региони во РМ (согласно со NACE-3¹²⁴), кои би можеле да бидат т.н. „водечки индустрии“ во регионите. Искуствата покажуваат дека овие индустрии се главни содржини на активностите на деловните гроздови.

Сите мерења се направени во согласност и со користење на компаративни калкулации меѓу регионите и државата како целина, во согласност со Националната класификација на дејности (NACE-Rev.2¹²⁵) Анализите се направени врз база на статистички податоци за македонската економија.

Табела 8: Статистички региони во Македонија и

¹²⁴ NACE -3 - Национална класификација на дејности

¹²⁵ NACE – Rev.2- Национална класификација на дејности – ревидирана втора ревизија

дејности со потенцијал за гроздење¹²⁶

| Статистички регион | 15-Прехрамбени производи и пијалаци | 17-Текстилни такевини | 18-облека, доработка и боење на крзно | 22-Издавачка дејност, печатење | 24-Хемикални и хемиски производи | 25-производи од гума и пластични маси | 26-Производи од неметални минерали | 27-Основни метали | 28-Металоперботувачки, освен машини | 29-Машини и уреди | 31-Електрични машини и апарати | 34-Моторни возила, приколки и полуприколки | 35-други сообраќајни средства |
|--------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|-------------------|-------------------------------------|-------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------|
| Пелагониски | X | | X | | | | | | | X | | | |
| Вардарски | X | | | | | | X | | | | X | | |
| Североисточен | X | | | | X | X | | | X | | | | X |
| Југозападен | X | | | X | | X | | | | | X | X | |
| Скопски | X | | | X | X | | | | | | X | | |
| Југоисточен | X | | | | X | | X | | | | | | |
| Полошки | X | | X | | | | X | | | | | | |
| Источен | X | X | | | | | | | | | | X | |

Во САД наместо инпут-аутпут табелите, како мерка за концентрација се користи индексот на вработување во дадена индустрија во даден регион, во споредба со просекот за државата. Така, ако овој индекс е 2, двапати повеќе луѓе работат во дадена индустрија/производ или услуга, концентрацијата се оценува како средна, а ако овој индекс е 3 или повеќе, сигурно станува збор за деловен грозд.¹²⁷

Идентификувањето на активните и потенцијалните гроздови се прави и по принципот на нивниот извозен потенцијал. Се испитува кои индустрии повеќе извезуваат отколку што увезуваат, а на ниво на регион се испитува кои гранки повеќе продаваат отколку што набавуваат стоки во регионот.

¹²⁶ Направен е преглед со користење податоци од ДЗС (Државен завод за статистика на Република Македонија)

¹²⁷ www.sandag.cog.ca.us/rta/transfer/cluster_analysis.pdf

Во 2011 година во Република Македонија е остварен извоз од 3.344,8 милиони долари, што претставува зголемување во однос на 2010 година за 43 милиони. Позитивното движење на извозот е резултат на зголемувањето на извозот на групите производи што имаат најголемо учество во вкупниот извоз: железо и челик, облека, храна, руда и други минерали, други полупроизводи. Од овие податоци може да се утврди дека македонскиот извоз бележи раст во областите каде што нема високо додадена вредност, освен во групата машини, канцелариска и транспортна опрема. Македонските производи најмногу се извезуваат на следниве пазари: Србија (639 милиони долари), Германија (484 милиони), Грција (420 милиони), и Италија (347 милиони).¹²⁸

Според критериумот потенцијал за извоз, можни деловни гроздови на макрониво треба да се бараат во индустриите, како што се машинската, прехранбената, минералите, текстилната и слични традиционални индустрии со високо учество во структурата на извозот.

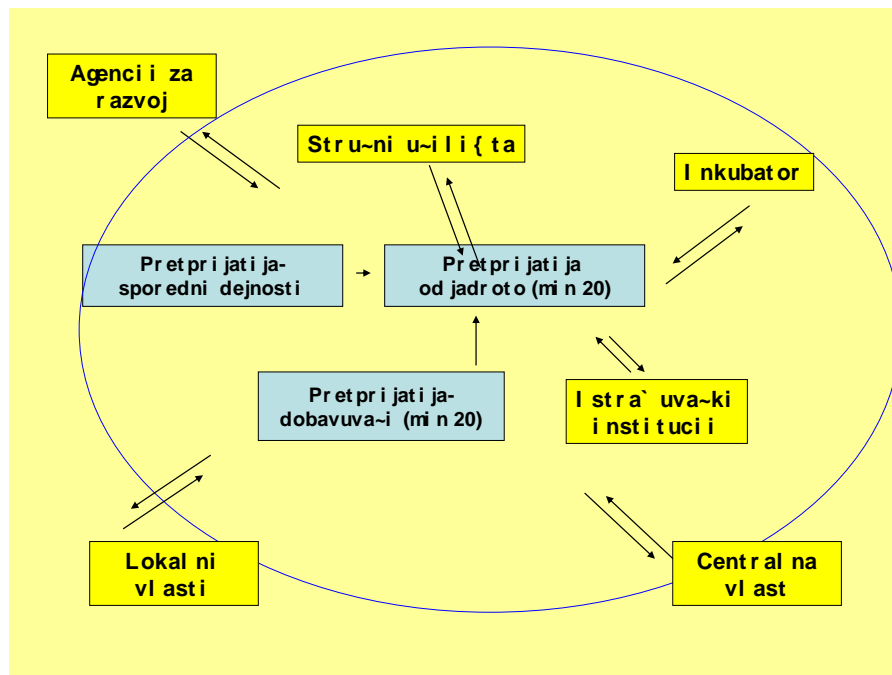
Македонските деловни гроздови може да се развиваат и во согласност со концептот на динамични концентрични кругови (на пример, грозд за земјоделска механизација, автомобилски грозд). Големите компании имаат пристап до меѓународните пазари и често дејствуваат како снабдувачи на комплексни производи и системски решенија за барање на странски купувачи. Слично како и во Италија, тие се водечки компании и влегуваат во развој на низа релации со група мали компании околу нив. Овој модел е сличен, ако не ист со италијанскиот модел на фокално претпријатие.

5.2. Микромодел на функционирачки деловен грозд

Микромоделот на функционирачки деловен грозд што го предлагаме брои најмалку 20 компании во основната дејност и уште толку во синџирот на снабдување и услуги, вертикално и хоризонтално. Гроздот треба да обедини најмалку 20% од вкупниот број компании од регионот во дадената дејност и да

¹²⁸ <http://www.nbrm.gov.mk>

обезбедува директно вработување на најмалку 20% од вкупно вработените во регионот, со импакт врз индиректни (надвор од гроздот) вработувања по фактор 2, односно едно работно место во гроздот да влијае врз создавање барем на уште едно работно место надвор од гроздот. Од гроздот треба директно да имаат придобивки, односно тој да придонесува значајно на семејните приходи на најмалку 20% од семејствата во регионот.



Шема 8 : Микромодел на гроздење

За да биде деловен грозд, агломерацијата мора да биде место каде може да се добие специфично индустриско знаење, независно од тоа дали ова е постигнато преку средни стручни школи, тренинг-центри, развојни институти или високообразовни институции, кои со гроздот се формално поврзани преку некоја нивна истражувачка институција.

Според словенскиот модел за финансиска поддршка на деловните гроздови, за да се добие државна помош, гроздот треба да има формално поврзување со три субјекти од науката на секои десет компании во секторот.

Повеќето наши деловни гроздови се во традиционални индустрии каде што нивото на иновации е ниско, а во случај на дејности каде што е потребно тоа, претприемачите сами преземаат иницијатива во таа насока (ИТ, винарство, овоштарство, градежништво). Оттаму, во моделот на оптимален деловен грозд, предвидуваме две научноистражувачки институции по деловен грозд како сосема доволно.

Гроздот мора постојано да креира нови вработувања, а за да го постигне тоа, мора да обезбеди полесен пристап до развоен капитал (соодветни инструменти, канцеларии на банки, состаноци со приватни инвеститори и слично), како и начини за катализа на нови бизниси (пример, минимум еден инкубатор).

Гроздот мора да обезбеди континуирано унапредување на синџирот на снабдување на членките и унапредување на производството со вложување во соодветен софтвер и обука.

Во својот микс од производ-услуга, за да биде грозд една агломерација на компании, мора да обезбеди форми на здружување на ресурсите при набавка, производство и продажба, и тоа на доброволна, но профитабилна основа и за секоја конкретна зделка посебно. Ова значи дека здружувањето на набавките или продажбата да не биде базирана само врз доверба, туку секоја компанија да потпише изјава за полномоштво за преговарање во нејзино име и да ја поткрепи со соодветна банкарска гаранција во корист на конзорциумот во рамките на гроздот што се формира за конкретната зделка.

Гроздот мора да обезбеди континуирани активности за вмрежување во повисоки мрежи, потоа мора да обезбеди платформа за интернет-пристап до порталот на гроздот и до интернет-страниците на неговите членки, како и соодветен бизнис-месечник кој треба да стигне апсолутно до сите идентификувани стејкхолдери во регионот на национално ниво и пошироко (амбасади, прекугранични општини, асоцијациите на деловните гроздови во ЕУ и слично).

Правната рамка на моделот е друштво со ограничена одговорност основано од страна на заинтересирани компании, државата, локалните власти и образовните институции, како јавноприватно партнерство, со тоа што во актот за

основање мора да е експлицитно определено дека целата нето добивка мора да биде реинвестирана во дејности на гроздот. Погодна форма за работа е и фондација, па дури и граѓанско здружение, но ваквите форми мора да основаат комерцијална компанија со истите ограничувања во однос на распределба на добивката како и во случај кога самиот грозд е друштво со ограничена одговорност. Инаку, правата на членовите во гроздот во моделот произлегуваат исклучиво од членството, а не и од фактот дека биле основачи на гроздот. Услугите и производите на гроздот се достапни по два основа: базичен сет услуги, достапен по основ на членство (интернет, весник и покани на јавните настани во врска со гроздот) и независни услуги, обезбедени и понудени или од страна на канцеларијата на гроздот или од страна на членките, како и од компании надвор од гроздот и по актуелни пазарни цени.

Водењето на гроздот треба да биде задача на управен одбор составен од менаџери на компаниите од производството, и тоа најмалку 20% од директорите од јадрото фирми на гроздот треба да бидат вклучени во менаџментот на гроздот.

Гроздот/кластерот има претседател на бордот, повторно од редот на генерални директори на една од членките на јадрото производни компании.

Бордот го сочинуваат експерти за технологија, продажба на големи купувачи и извоз, за мал бизнис и инкубатори, за маркетинг и промоција, за обука и образование, логистика и набавки.

Бордот треба да основа комисији, како негови стручно-консултативни тела. Комисиите бројат најмалку по три члена, од кои еден е претседател. Моделот има следни комисији:

1. Комисија за маркетинг, вмрежување и иновации
2. Комисија управување со синџирот набавки и производство
3. Комисија за унапредување на продажбата
4. Комисија за инвестиции и односи со заедницата
5. Комисија за образование и обука.

Комисијата за маркетинг, вмрежување и иновации асистира во воспоставување маркетинг-рамки на активностите на гроздот, креирање

конзистентна маркетинг-порака и бренд идентитет за гроздот; маркетинг-поддршка на одделните активности на гроздот; развој на можности за вмрежување што додаваат вредност на членките на гроздот. Следење на пазарот, предлагање нови и модифицирање на постојните производи на гроздот и координирање на иновативни проекти. Цели на комисијата се поддршка во развој на стратегии за постигнување на: препознатливост на брендот, локално за една година, национално за две години, интернационално за три години, пораст на членството со платена членарина по стапка од 20% годишно во првите три години, функционален ЦРМ (софтвер за односи со комитенти) на крај на првата година, најмалку четири настани за вмрежување годишно, најмалку четири нови или иновирани производи годишно или производ/процес/супституција на фактор проекти, еден пријавен патент од областа на гроздот во три години, еден проект за трансфер на технологија во три години.

Комисијата за управување со синџирот на набавки се грижи за унапредување на процесите на производство кај членките, намалување на оперативните трошоци, модернизација на процесот, воведување концепти на најдобра практика во производството. Цели на Комисијата се ефектот на мерките, заштедите, да биде минимум 15% од вкупната вредност на производството на гроздот во првите две години, 5% во третата година.

Комисијата за унапредување и организирање на продажбата треба да работи на нови форми на продажба на производите на гроздот, да открива нови пазари, да организира сезонски договарања со големи купувачи. Нејзини цели се најмалку по една форма на продажба, воведена во тек на една година и најмалку два настана на договарање на продажба со големи купувачи годишно.

Комисијата за инвестиции и односи со заедницата помага при идентификување на можни проекти за вложување, односи со инвеститори, развој на физибилити студии и бизнис-планови за членките на гроздот, управување со стејкхолдери од локалната заедница и влијанието на вложувањата врз средината. Цели на нејзината работа се подготвени проекти во реалниот сектор на гроздот во вредност 15% од вкупно инвестираниот капитал на членките на гроздот годишно,

одобрени проекти во реалниот сектор во вредност 10% од вкупно инвестираниот капитал на членките на гроздот, најмалку 4 средби со инвеститори годишно и најмалку 4 средби со локалната заедница.

Комисијата за образование и обука има задача да му даде поддршка на гроздот во обезбедување на врската со образовните и институции и центри за обука, како и влијание врз наставните програми и програмите на институциите за обука. Цели на оваа Комисија се најмалку една наставна програма (курс) иницирана од гроздот годишно имплементирана во образовните институции, најмалку 5 курсеви за обука иницирани и дизајнирани според потребите на гроздот годишно, најмалку 30% од вработените во гроздот да присуствувале на барем една обука годишно, најмалку 15% од високообразовниот кадар на фирмите во гроздот да студира на некоја магистерска или докторска програма.

Се разбира, реалните деловни гроздови може да основаат и други комисии, а согласно со потребите за поддршка на активностите на актуелното раководство. Изведувањето на активностите на гроздот се врши од соодветни тела на гроздот (канцеларијата) од службите на одделните членки или од независни компании и експерти, по важечки пазарни цени.

Заклучок

Поврзувањето во деловни гроздови, односно кластери во Република Македонија беше иницирано од проектот МСА,¹²⁹ т.е. Македонски активности за конкурентност. По завршувањето на овој проект, поддршката на гроздовите и гроздењето ја презеде Министерството за економија. Ова министерство го потпомогна етаблирањето на неколку нови гроздовски иницијативи, подготвува среднорочни и годишни програми за поддршка на гроздовите, организира промоција и обука за подигање на свеста за гроздењето и за надградување на менаџерскиот капацитет на канцелариите на гроздовите, како и за раководителите на членките на кластерите. Препорака е Република Македонија во дизајнирањето и димензионирањето на идната интервенција во поддршка на деловните гроздови, максимално да го искористи веќе стекнатото искуство.

Институционалната помош на малите и средните претпријатија во ЕУ сè повеќе се усмерува преку гроздовите. Така постепено, но сигурно се заменуваат досегашните генерални форми на поддршка на овие претпријатија. Еден од најновите и најрелевантни стратегиски документи на ЕУ за гроздењето е Европскиот меморандум за кластери. Тој ги поставува насоките и политиките на ЕУ на ова поле за наредниот период. И во овој документ се констатира дека Европа е исправена пред предизвикот за иновации и на нив се гледа како на главниот креатор на новата европска визија за развој и просперитет. Деловните гроздови се сфатени како инструмент и моќен катализатор на овој процес. Препорака е Република Македонија да ги следи овие трендови.

Препорака е улогата на државата, односно на Министерството за економија во процесот на развој на гроздовите да биде улога на катализатор. Основен принцип во развојот на гроздовите да биде принципот оддолу нагоре и учење низ практика. Ова се најсовремени доктрини во развојот на деловните гроздови и овозможуваат постојано приспособување на мерките, како и воведување нови

¹²⁹ МСА (Macedonian Competitiveness Activities), УСАИД, 2002-2006

инструменти за спроведување политики за гроздење приспособени кон актуелната фаза на развој на активните гроздови.

Препорака е интервенцијата да се префрла од креирање деловни гроздови кон креирање успешни мерки што ќе го потпомагаат нивниот развој. Ова значи насочување на напорите и на инвестициите кон региони каде што веќе постојат предуслови и одредена конкурентска предност. Државата притоа треба да го подготви теренот, да обезбеди широка поддршка за гроздот од сите стејкхолдери и да донесе поволни политики, но вистинската работа и создавањето на вредноста мора да остане на страна на компаниите во гроздот.

При дизајнирање и димензионирање на интервенцијата на полето на поддршка на гроздовите, стручните служби на Министерството за економија треба да се грижат гроздот што аплицира да ги содржи сите суштински елементи на грозд: да има критична маса компании и да има подготвено стратегија од која ќе се гледа како гроздот ќе придонесува за зголемувањето на конкурентноста на членките.

Се препорачува Министерството за економија да предвиди средства за спонзорирање на разновидни програми за обука на раководните тимови на гроздовите за генерални менаџерски способности, но и во спецификите на соодветната индустрија, како и во обука за пристап до финансиски средства за развој.

Се препорачува државата посебно да помогне во интензивна промоција на поврзувањата, соработката и вмрежувањето, како фактори за успех во глобалната економија и промоција на политиката за конкурентност и програми наменети за малите и средните претпријатија.

Препорака е државата да продолжи да ја поддржува интернационализацијата на деловните гроздови низ разновидни промотивни активности.

Во однос на потребата од координација на сите фактори на национално ниво, препорака е да се продолжи да се организира Годишна конференција за

гроздовите и да се основа Национално координативно тело за гроздење, како место каде би се сугерирала национална стратегија за гроздови, и би се тестирале политиките и алатките за поддршка на гроздењето.

Имплементацијата на програмата да се довери на веќе постојните агенции и центри за поддршка на претприемаштвото. Агенцијата за поддршка на претприемаштвото на Република Македонија (АППРМ) треба да игра клучна услуга во тој процес. Како агенција за имплементација на политиките за ефективна поддршка на претприемаштвото, самовработувањето и промовирањето на деловната иницијатива, АППРМ секако дека има и задача да идентификува потенцијални деловни гроздови и да работи со веќе етаблираните гроздови. Развојот на локалните деловни гроздови треба да биде во домен на регионалните центри за развој на бизнисот и центрите за локален и регионален економски развој.

Значи, улогата на кластерите во оваа глобална економија и на овој глобален пазар е од особено значење за подобрување на конкурентноста преку унапредување на продуктивноста, иновативноста и поттикнување за формирање нови бизниси што имаат способност да применат софистицирани методи и напредна технологија и да понудат единствени производи со високо додадена вредност. Поврзувањето на производството, науката и образованието денес е неопходен услов за зголемување на конкурентноста. Освојувањето нови пазари и технологии и отворањето нови работни места станува неизводливо без учество на голем број институции, научноистражувачки центри, како и без организирана поддршка од страна на државата и локалните власти. Вмрежувањето во кластери станува неопходност за економски развој. Заедничката визија, стратегија и цел да се успее, станува реалност во кластерите. Креативноста, иновативноста и визијата во рамките на кластерот обезбедуваат долгорочна предност на претпријатијата во него, дури и во услови на зголемена глобална конкуренција. Иако кластерите во основа се појавуваат спонтано, добрата организација и правилно водење на кластерот, со ефикасен и способен менаџмент, без

сомнение, придонесува за раст и развој на сите негови учесници што се дел од новите светски економски текови, токму преку процесот на поврзување и вмрежување по пат на кластери. Успехот на кластерите се базира врз доверба и интензивна соработка меѓу јавниот и приватниот сектор, во функција на економски напредок и одржлив економски развој.

ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРА (REFERENCES)

1. Antoncic Bostljan, Ramanujam Vasudevan: Premisljevanje od poslovni uspesnosti podjetja: od merenja rezultatov do sistema rezultatov. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000,
2. Antoncic Bostjan, Robert D. Hisrich, Tea Petrin in Ales Vahcic: Podjetnistvo. Ljubljana: GV Založba, 2002,
3. Арсовска Марина – Кластерите и кластерската политика во функција на подобрување на конкурентноста на РМ, 2010 г,
4. Avbelj Iztok: Analiza proizvodnje. Zbornik referatov s prvega strokovnega posvetovanja o sodobnih vidikih analize poslovanja in organizacije. Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije, 1995,
5. Audretsch David: Agglomeration and the location of innovative activity. Oxford Review of economic policy, Oxvord, 14 (1998),
6. Audretsch David: Knowledge, globalization, and regions: An economist's perspective. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000,
7. Bancic Ivo: Metode in procesi upravljanja in vodenja strateskega managementa, Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, zbirka Profesija, 1998,
8. Baum J. Rober, Locke A. Edwin, Smith G. Ken: A multidimensional model of venture growth. Briaclyff Manor: Academy of Management Journal, 44 (1001),
9. Beaudry Catherine, Breshi Stefano: Does “clustering” really help firms innovative activities?, (URL: <http://www.cespri.it/papers>), February 2000,
10. Belak Janko: Podjetnisko planiranje kot orodje managementa, Gubno: MER Evrocenter, Zbirka Management in razvoj, 1998,
11. Becattini Francesco, Rullani Enzo: Local systems and global connections: The role of knowledge. Cossentino F., Pyke F., Sengenberger W., eds., Local and regional response to global pressure: The case of Italy and its industrial deistricts. Zeneva: International Institute for labour Studies, 1996,
12. Bertini Silvano: Stimulating spontaneous development and clustering SMEs, (URL:<http://www.rrl.wvu.edu/VebBook/Bergman-Feser/chapter2/htm>), 16.02.2003,
13. Best Michael H.: The new competition: institutions of industrial restructuring: Cambridge: Polity Press, 1990,
14. Best Michael: Silicon Valley and the resurgence of Route 128: Systems integration and regional innovation. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000,
15. Best Michael: The New Competitive advantage: the renewal of American industry. New York: Oxford University Press Inc., 2001,
16. Beter Janez: Analiza konkurentnosti po dejavnostih glede na slovensko povprečje in v primerjavi z državami EU: predelovalne dejavnosti, Ljubljana: Institut za ekonomska raziskovanja, 2002,

17. Bleeke Joel: Collaborating to complete: using strategic alliances and acquisitions in the global marketplace, New York, John Willey & Sons, 1993,
18. Bleeke Joel, Ernst David: Is your Strategic Alliance Really a Sale?, Harvard Business Review, Boston, 1995, januar-februar,
19. Boekholt Ptries: Dutch cluster policy. Neobjavljeno predavanje, Haag, 2002
20. Boekholt Petries, Thuriaux Ben: Overview of cluster policies in international perspective: Final report. The Hague: Ministerie van Economische Zaken, 2000,
21. Brujin C.A. de, Dagevos J. C.: Mass-individualization and the agro-food complex, National Council for Agricultural Research, 1999. http://www.agro.nl/nrlo/english/99_16htm: 26.1.2003,
22. Brusco Sabastiano: Global systems and local systems. Cossentino F., Pyke F., Sengenberger W., eds., Local and regional response to global pressure: The case of Italy and its industrial districts. Geneva: International Institute for labour Studies, 1996,
23. Burns P., Dewurstj.: Small Business and Entrepreneurship: Macmillan Press Ltd., London, 1996,
24. Carrie Allan S. et al.: Strategic Technology management in the Basque Country. Glasgow: University of Strathclyde, 2000,
25. Catt Hilton, Scudamore Patricia: The power of networking, Kogan Page, London, 1999,
26. Ceglie Giovanna, Dini Marco: SME Cluster and network development in developing countries, UNIDO, 1999,
27. Clark Gregory, Feenstra Robert: Technology in the great divergence. Cambridge: NBER Working Paper Series, 2001,
28. Colenso Michael: Strategic Skills for Line Manager, Butterworth Heinemann, Oxford, 1998,
29. Dermastia Mateja: Izdelava modela za iskanje strateskih partnerjev za potrebe svetovalne dejavnosti, magistrsko delo, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 200,
30. DeMeyer Arnoud, Loh Chelvin: Impact of information & communications technologies on government innovation policy: A sistematic framework and an International comparison. Fontainebleau: INSEAD R&D Working paper, 2001,
31. Doyle Gerard M.: Making networks work, Dublin: Skillnets Ltd., 2000,
32. Doz Yves L., Hamel Gary.: The use of alliances in implementing technology strategies, working paper, INSEAD, Fontaineblau, 1993,
33. Doz Yves L., Hamel Gary: Alliance advantage: the art of creating value through partening, Boston (Mass.) Harvard Business School Press, 1998,
34. Drevensek Mojca: Grozdi: ni receptov, so pa uspehi, ITEO Relacije, Ljubljana, Marec 2002,
35. Drucker F.Peter: Management. New York: Harper & Row Publishers, 1974,
36. Duh Mojca: Ravojni modeli podjetja in managementa, Maribor, Evrocenter, 2002,
37. Dunning John H., Regions, globalization, and the knowledge economy: The issues stated. New York: Oxford University Press Inc., 2000,
38. Ebers Mark: The formation of inter-rganizational networks, Oxford, Oxford University Press, 1999,

39. Enright J. Michael, Ifor-Ffowcs Williams: Local partnership, clusters and SME globalisation, OECD, 2003,
40. Enright Michael J.: Globalization, regionalization, and the knowledge-based economy in Hong Kong. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000,
41. Eustace Clark: The Intangible Economy impact and policy issues. Bruselj: European Commission – Enterprise DG, 2000,
42. Faulkner David et al.: Cooperative strategy, Oxford Univeristy press, New York, 2000,
43. Florida Richard, Kenney Martin: Silicon Valley and Route 128 won't save us. California management review, Berkley, 33 (1990),
44. Forde Hugh: Industry clusters and collaboration, 2003,
45. Gaither Norman, Fraizer Greg: Production and operations management, 8. izdaja, South-Western College, Cincinnati, 1999,
46. Ger J.J. Post et al.: Establishing SME product development networks, 2002,
47. Gilsing Victor A.: Towards 2nd generation cluster policy: Haag: Ministry of Economic Affairs, neobjavljeno predavanje, 2002.
48. Glas Miroslav: Poslovno otkolje podjetja: izbrani clanki, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 2000,
49. Gomez-Mejia Luis R.: Advances in global high-technology management, JAI Press inc., London, 1995
50. Grand Anton et al.: Anglesko-slovenski slovar, Drzavna zalozba Slovenije, Ljubljana, II. Izdaja, 1973,
51. Gray Peter H., Dunning John H., Towards a theory of regional policy. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000,
52. Hamel Gary: Leading the revolution. Cambridge; HBS Press, 2001,
53. Hoen Alex: Clusters: Determinants and Effects, CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis, (URL: <http://www.cpb.nl/eng/pub/memorandum/17>), 13.08.2001,
54. Humphrey John, Schmitz Hubert: Principles for promoting clusters & networks of SMEs, UNIDO, Institut of Development Studies, University of Sussex, UK, 1995,
55. Ifor-Fflowes Williams: Policy for Inter-firm Networking and Clustering, Cluster Navigators Ltd, Wellington, 2002,
56. Ingley Coral: The cluster concept: cooperative networks and replicability, 2002,
57. Jaklich Marko: Strate ko usmerjanje gospodarstva. Ljubljana: Znanstveno in publicistichno sredishce, 1994,
58. Johannisson Bengt, Mette Monsted: Contextualizing Enterpreneurial Networking, 1998, Ljubljana, Ekonomska fakulteta,
59. Kaplinsky Raphael: Integrating SMEs in global value chain, UNIDO, 2001,
60. Kavcic Bogdan: Sodobna teorija organizacije, Ljubljana, Drzavna zalozba Slovenije, 1991,

61. Kriznic Andreja: Obvladovanje tveganj pri projektih razvoja grozdov, Projektna mreza Slovenije, Ljubljana, letnik 6, številka 2, junij 2003,
62. Keller Wolfgang: The geography and channels of diffusion at the world's technology frontier. Cambridge> NBER Working Paper Series, 2001,
63. Kostoff Ronald Neil – Technology Watch and Evaluation, New York, 2001
64. Kotnik Patricia, Mrkaich Micho: Inovacijska dejavnost slovenskih podjetij: obseg in uchini kapitala znanja. Pra nikar Janez, urednik: Primerjajmo se z najbolj imi. Ljubljana: Chasnik Finance d.o.o 2002,
65. Krugman Paul: What's new about the new economic geography? Oxford Review of economic policy, Oxford, 14 (1998),
66. Lall Sanjaya: Exports of manufactures by developing countries: Emerging patterns of trade and location. Oxford Review of economic policy, Oxford, 14 (1998),
67. Lapre Michael A., Van Wassenhove Luk N., Creating and transferring knowledge for productivity improvement in factories. Management Science, 47 (2001),
68. Lazonick William: The theory of innovative enterprise. Fontainebleau: Insead R&D Working papers, 2001,
69. Lipnack Jessica Stamps Jeffrey: The age of the network: organizing principles for the 21st century, New York, John Wiley & Sons, 1994,
70. Lyon Fergus, Atherton Andrew: A business view of clustering: lessons for cluster development policies. Durham: Foundation for SME development. University of Durham, 2000,
71. Maijers W., Broekmans J. E., Agri chain competence: stimulation of public private co innovation processes. Rosmalen: ACC Foundation, 2000,
72. Maijers W.: Agri chain management: the ACC experience. Hertogenbosch: neobjavljeno predavanje, 2002
73. Masini A., Pich M.T.: The diffusion of competing technological innovations in a network: Exploration versus exploitation revisited. Fontainebleau: Insead R&D Working papers, 2001,
74. Nachum Lilach, Keeble David: Localized clusters and the eclectic paradigm of FDI: firm TNCs in Central London. Transnational corporations, Geneva, 9 (2000),
75. Nelson R.: The Agenda for Growth Theory: A Different Point of View, Cambridge Journal of Economics, 22, 1998,
76. Norchich Oto: Razvoj in temelji ekonomske misli, druga izdaja, Ljubljana: Uradni list RS, 1994,
77. Ofek E., Sarvary M.: Knowledge Exchange and knowledge creation: Should the emphasis shift in a competitive environment? Fontainebleau: Insead R&D Working papers, 2001,
78. Ohmae Kenichi: The end of the nation state and the rise of regional economies, London: HarperCollinsPublishers, 1995,
79. Osteryong S. Jerome et al.: Small firm finance, Orlando: Harcourt Brace College Publishers, 1997,
80. Park Sam Ock: Innovation Systems, Networks, and the knowledge – based economy in Korea. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000,

81. Petrin Tea: Industrial policy supporting economic transition in Central Eastern Europe, Washington DC: Economic Development Institute, The World Bank, 1995,
82. Petrin Tea: Competitiveness policy theory and practice, Southern Economic Association Annual Meeting. New Orleans, 2002,
83. Petrin Tea, Dmitrovich Tanja: Is industrial policy appropriate for countries in transition? Case of Slovenia. Third international conference on enterprise in transition. Sibenik, 1999, Sibenik: Univerza v Splitu, Ekonomska fakultete, 1999,
84. Petrin Tea, Vahchi; Ale, Best Michael: Graditev mreze vertikalno in horizontalno povezanih enot drobnega gospodarstva v skladu z zahtevami nove konkurence Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1990,
85. Petrin Tea, Vitez Renata, Mez i Mateja: Sustainable regional development: experiences from Slovenia. Pyle J.L., Forrant R.: Globalization, universities and issues of sustainable human development. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing, 2002,
86. Porter Leslie J., Tanner Steve J.: Assessing Business Excellence, Butterworth Heinemann, Oxford, 1996,
87. Porter Michael E.: The competitive advantage of nations. New York: Free Press
88. Porter Michael E.: On Competition. Boston: Harvard Business School Press, 1998,
89. Pucko Danijel: Analiza in nacrtovanje poslovanja, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, 1998,
90. Ragner A. Soderling: The dynamics of the firm-in search for a general model, School of business, Stockholm, 2002,
91. Ratajec Petra: Mednarodno o lokalnih partnerstvih, ITEO Relacije, Ljubljana, Marec 2002,
92. Raut-Roy U., Chansarkar Bal: Leveraging knowledge in business alliances, 2002,
93. Reynolds Larry: The trust effect, Nicholas Brealey Publishing, London, 1997,
94. Richardson G.B.: The organization of industry. The economic journal, 82, (1972), Romer Paul M.: Increasing returns and long run growth. Journal of political economy, 94 (1986),
95. Richter Frank-Jurgen: Strategic Networks, International Business Press, New York, 2000,
96. Rojsek Ica: Strategic Alliances and the Small Firm, Small Business Management in the new Europa, v Proceedings, 24th European Small Business Seminar 1994, Slovenia, September 21-23, Maribor: Ekonomski Institut Maribor, 1994, volume 2, 727-734 str.
97. Semolic Brane: Nova ekonomija – mrežno povezovanje podjetij – Slovenski orodjarski grozd, Orodjarstvo 2001, Ljubljana,
98. Sheenan Peter, Grewal Bhajan: Firms, regions and strategy in a diverging world: The Australian case. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000,
99. Slak Sabrina: Grozdi ne zrastejo sami od sebe, Dnevnik, Ljubljana, 2002, 27.6.2002,
100. Smith Sharyn, Holmes Scott: The Role of Trust In SME business Network Relationships, University of Newcastle, 2002,

101. Solveli Orjan, Birkinshaw Julian: Multinational enterprises and the knowledge economy: Leveraging global practices. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge economy. New York: Oxford University Press Inc., 2000,
102. Stern Scott, Porter Michael E., Furman Jeffrey L.: The determinants of nacional innovative capacity. Cambridge; NBER Working Paper series, 2000,
103. Storper Michael: Globalization and knowlegde flows: An industrial geographer's perspective. Dunning John H., ed., Regions, globalization and the knowledge esonomy. New York: Oxford University pPress Inc., 2000,
104. Swedish Office of Science and Technology: Issues Paper for the seminar on industrial and cluster policy. Stockholm, 1999,
105. Tremblay Diane-Gabrielle: Industrial districts and innovation networks, Universite du Quebec, 2002,
106. Tremblay Diane-Gabrielle et al.: Social innovation, networks and economic redevelopment in Montreal, Universite du Quebec, 2002,
107. Uzunov Van~o, Strategija i politika na kreiraweto konkurentnost na makedonskata ekonomija, Skopje, Praven fakultet, 2001
108. Van den Hove Horbert, Roelandt Theo, Grosfeld Thomas: Cluster Specialization patterns and innovation styles. The Hague: Ministerie van Economische Zaken, 1998,
109. Venables Anthony J.: The Assesment: Trade and location. Oxford Review of economic policy, Oxford, 14 (1998),
110. Yoshino Michael, Rangan U. Srinivasa: Strategic Alliances: an enterpreneurial approach to globalization, Boston, Harvard Business School Press, 1995,
111. Zucker Lynne G., Darby Michael R., Armstrong Jeff: Intellectual capital and the firm: The technology of geographically localized knowledge spillovers. Cambridge: NBER Working paper series, 1994.

Катерина Веловска

**ПРИДОНЕСОТ НА КЛАСТЕРИТЕ ЗА ПОДИГНУВАЊЕ
НА КОНКУРЕНТНОСТА НА ГЛОБАЛНИОТ ПАЗАР**

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП